

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE
GOMAS ENDULZADAS CON STEVIA EN EL MUNICIPIO CERETE -
CÓRDOBA EN EL AÑO 2019**

MARILUZ MORENO ESTRELLA

TUTOR:

LUIS FERNANDO ALFONSO GARZON

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

MONTERÍA

2019

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE
GOMAS ENDULZADAS CON STEVIA EN EL MUNICIPIO CERETE -
CÓRDOBA EN EL AÑO 2019**

MARILUZ MORENO ESTRELLA

**PROYECTO
OPCION DE GRADO CREACION DE EMPRESAS**

**TUTOR:
LUIS FERNANDO ALFONSO GARZON**

**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
MONTERÍA**

2019

DEDICATORIA

Dedico este proyecto ante todo a DIOS, a mis padres que con esfuerzo me ayudaron a culminar mis estudios ABELINA ESTRELLA Y ORLANDO MORENO, mi hijo DAVID FIGUEROA quien es el motor de mi vida y a mis amigos quienes estuvieron conmigo en esta travesía

MARILUZ MORENO ESTRELLA

AGRADECIMIENTO

Primero agradecer a Dios por darme sabiduría y poder terminar mis metas con amor y dedicación a mi profesión

A mis padres Orlando moreno y Abelina estrella quienes fueron los responsables de que esta meta culminara

A mi hijo David Figueroa por quien he luchado y amado en esta travesía

A la universidad de Córdoba por darme la oportunidad de haber estudiado esta hermosa carrera.

A los profesores que fueron el manto de lucha en este camino de conocimiento

Y por último a mis amigas Aris Hernández y Juliana Pautt con que las que compartí los mejores momento, ayudas y dificultades en este proceso

TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	12
Introducción.....	14
1. Referente teórico y conceptual.....	15
1.1 Referente teórico.....	15
1.2 Referente conceptual.....	17
2. Módulo de mercado.....	19
2.1 Producto.....	19
2.2 Características del producto.....	19
2.3 Consumidor final.....	19
2.4 Delimitación geográfica.....	20
2.5 Análisis de la demanda.....	21
2.5.1 Calculo del tamaño dela muestra.....	21
2.5.2 Cuestionario.....	22
2.5.3 Análisis de resultado.....	24
2.5.4 Calculo de la demanda actual.....	33
2.5.5 Proyección de la demanda actual.....	34
2.6 Análisis de la oferta.....	35
2.7 Demanda existente.....	37
2.8 Análisis del precio.....	37
2.9 Canales de comercialización.....	38
3. Modulo técnico.....	39
3.1 Tamaño de producción.....	39

3.2 localización.....	39
3.2.1 Macrolocalización.....	39
3.2.2 Micro localización.....	41
3.3 Distribución en planta.....	42
3.4 Proceso de producción.....	43
4. Modulo administrativo.....	44
4.1 Naturaleza jurídica.....	45
4.2 Misión.....	45
4.3 Visión.....	45
4.4 Organigrama.....	46
4.5 Manual de funciones.....	46
4.6 Reglamento interno del trabajo.....	51
4.7 Imagen corporativa.....	61
4.7.1 Logotipo.....	61
4.7.2 Slogan.....	61
5. Módulo de impacto social, económico y ambiental.....	62
5.1 Impacto social.....	62
5.2 Impacto económico.....	62
5.3 Impacto ambiental.....	62
6. Modulo financiero.....	64
6.1 Inversiones.....	64
6.2 Costos.....	66
6.2.1 Distribución de costos.....	73

6.3 Punto de equilibrio.....	75
6.4 Capital de trabajo.....	75
6.5 Flujo neto de inversión.....	77
6.6 Proyecciones financiera.....	79
6.7 Flujo neto de operaciones.....	80
6.8 Flujo neto del proyecto.....	81
7. Evaluación financiera.....	82
7.1 VNP.....	82
7.2 TIR.....	82
7.3 R B/C.....	83
Conclusiones.....	84
Recomendaciones.....	85
Bibliografía.....	86
Anexos.....	88

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Pregunta No 1 del cuestionario.....	24
Tabla 2 Pregunta No 2 del cuestionario.....	25
Tabla 3 Pregunta No 3 del cuestionario.....	26
Tabla 4 Pregunta No 4 del cuestionario.....	27
Tabla 5 Pregunta No 5 del cuestionario.....	28
Tabla 6 Pregunta No 6 del cuestionario.....	29
Tabla 7 Pregunta No 7 del cuestionario.....	30
Tabla 8 Pregunta No 8 del cuestionario.....	31
Tabla 9 Pregunta No 9 del cuestionario.....	32
Tabla 10 Determinación de la demanda.....	33
Tabla 11 Calculo de la demanda actual.....	33
Tabla 12 Calculo de la proyección de la demanda actual.....	34
Tabla 13 Proyección de la demanda.....	35
Tabla 14 Determinación de la oferta.....	36
Tabla 15 Calculo de la proyección de la oferta actual.....	35
Tabla 16 Proyección de la oferta.....	36
Tabla 17 Proyección de demanda insatisfecha.....	37
Tabla 18 Tamaño de producción.....	39
Tabla 19 Factores relevantes de macrolocalización.....	39
Tabla 20 Factores relevantes microlocalización.....	41

Tabla 21 Manuel de función Administrador.....	46
Tabla 22 Manuel de función Operario.....	48
Tabla 23 Manuel de función Servicios generales.....	49
Tabla 24 Manuel de función Vendedor.....	50
Tabla 25 Inversión en obra física.....	64
Tabla 26 inversión maquinaria y equipo.....	64
Tabla 27 Muebles y enseres y equipo de oficina.....	65
Tabla 28 inversiones en activos intangibles.....	65
Tabla 29 Costo de mano de obra.....	66
Tabla 30 Prestaciones sociales.....	66
Tabla 31 Costo de material directo e indirecto.....	67
Tabla 32 Costo de fabricación.....	68
Tabla 33 Total costos indirecto de fabricación.....	69
Tabla 34 Gastos por depreciación.....	69
Tabla 35 Depreciación en activos de administración y ventas.....	70
Tabla 36 Amortización de los gastos diferidos.....	71
Tabla 37 Remuneración del personal administrativo.....	72
Tabla 38 Remuneración del personal de ventas.....	72
Tabla 39 Otros gastos administrativos.....	72
Tabla 40 Gastos de ventas.....	73
Tabla 41 Distribución de costos.....	73

Tabla 42 Punto de equilibrio.....	75
Tabla 43 Inversión capital de trabajo.....	75
Tabla 44 Costo de operación Capital de trabajo.....	76
Tabla 45 Proyección del capital de trabajo.....	76
Tabla 46 Inversión capital de trabajo.....	77
Tabla 47 Inversión fija del proyecto.....	77
Tabla 48 Valor residual de activos a término del periodo.....	78
Tabla 49 Flujo neto de inversión.....	78
Tabla 50 Presupuesto de Ventas.....	79
Tabla 51 Ventas proyectadas.....	79
Tabla 52 Presupuestos de costos operacionales.....	70
Tabla 53 Flujo neto de Operaciones.....	80
Tabla 54 Flujo neto del proyecto.....	81
Tabla 55 Valor presente neto.....	82
Tabla 56 Tasa interna del retorno (calculo).....	82
Tabla 57 Relación costo beneficio.....	83

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Población de los habitantes de la ciudad de Montería 2015.....	20
Figura 2. ¿Consume usted gomitas?.....	24
Figura 3. ¿Con que frecuencia consume gomitas?.....	25
Figura 4. ¿Compra las gomitas en presentación de unidad?.....	26
Figura 5. ¿Cuál son las razones por la que compra gomitas?.....	27
Figura 6. ¿Has consumido gomitas endulzadas con stevia?.....	28
Figura 7. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información sobre el producto?.....	29
Figura 8. ¿En qué lugar prefiere comprar las gomitas?.....	30
Figura 9. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por una bolsa de gomitas endulzadas con stevia x 20 unidades?.....	31
Figura 10. ¿Está de acuerdo con la apertura del negocio de una empresa productora y comercializadoras de gomas endulzadas con stevia?.....	32
Figura 11. Canales de distribución.....	38
Figura12. Obra de la empresa.....	42
Figura 13. Mapa conceptual del Proceso de producción.....	43
Figura14. Organigrama Funcional.....	45
Figura 15. Logotipo.....	61
Figura 16. Slogan.....	61

RESUMEN

El siguiente estudio de factibilidad de la empresa productora y comercializadora de gomas endulzada con stevia en el municipio de cerete ubicada en el barrio El Cañito llamada HEALTHY GUMMY, se basó en diferentes estudios como estudio de mercado, técnico, administrativo y financiero, para la realización de estos estudios se recopiló información secundaria y de encuestas que permitió adquirir la viabilidad de creación de la empresa productora y comercializadora de gomas endulzadas con stevia en el municipio de Cerete.

Además de la rentabilidad que ocasiona la empresa, el impacto social, económico y ambiental que genera a la población, donde beneficia a comunidades cercanas como Montería al generar empleo, crecimiento económico y amigable con el ambiente.

Po último este proyecto de estudio de factibilidad se realizó como requisito de grado para obtener el título de Administración en finanzas y negocios internacionales

PALABRAS CLAVES

Comercialización, Empresa, Stevia

ABSTRACT

The follow feasibility study of the producer and marketer of gum sweetened with stevia in the municipality of Cerete located in the Cañito called Healthy Gummy was based on different studies such as market, technical, administrative and financial study for the secondary studies and surveys were compiled to carry out these studies, which allowed the acquisition of the viability of the production and marketing of gum sweetened with stevia in the municipality of Cerete.

In addition to the profitability caused by company, the social, economic and environmental impact generated by the population, where it benefits nearby communities such as Monteria by generating employment, economic growth and environment friendly.

Finally, this feasibility study project was carried out to obtain the degree of administration finance and international business.

KEYWORDS

Commercialization, company, Stevia

INTRODUCCIÓN

Del siguiente trabajo se propone un estudio de factibilidad de una empresa productora y comercializadora de gomas endulzadas con stevia en el municipio de Cerete – Córdoba, el cual va segmentado a un mercado que busca tener una buena salud con un producto que no afecte la salud al estar libre de grasas y azúcares que protejan de enfermedades que se asocian al exceder o consumir azúcar.

Con un producto elaborado con stevia que científicamente se considera un endulzante natural que tiene un poder incluso superior al de los endulzantes artificiales, en una amplia investigación científica se ha considerado la calidad de la stevia como medicina tradicional debido sus propiedades que aportan al a salud del ser humano. (ko, 2015)

Este producto va seleccionado para la ciudad de Montería – Córdoba para ser comercializado en esa población, debido a las siguientes características el cual se encuentra ubicado al norte limita con el municipio de Cerete, puerto escondido, y san Pelayo, al sur con tierra alta y valencia, al oeste con el departamento de Antioquia y los municipios de Canalete, Puerto Escondido y los Córdobas y el este esta surcada por la serranía de las palomas (Cordoba, 2015)

La creación de una empresa productora y comercializadora de gomas endulzadas con stevia busca generar conciencia en los hábitos alimenticios también beneficio a la sociedad al generar empleo en las distintas cadenas de distribución del producto, además por medio de los estudios como de mercado, administrativo, técnico y financiero busca conocer la viabilidad del producto. También por fuentes secundarias y encuestas conocer el gusto y preferencia del consumidor hacia el producto.

1. REFERENTE TEÓRICO Y CONCEPTUAL

1.1 REFERENTE TEÓRICO

En la actualidad las empresas se enfocan en satisfacer las necesidades del cliente o consumidor la idea de negocio de la creación de una empresa productora y comercializadora de gomas endulzadas con stevia es satisfacer el paladar a los niños, personas diabéticas y demás personas que cuidan su salud, al tener un producto que no afecte la salud.

Actualmente existen más de 220 millones de personas con diabetes en el mundo, a pesar de sus campañas para prevenir y combatir la enfermedad aun así las personas sigue padeciendo debido a sus diferentes causas como la relaciona al sobrepeso por su mala alimentación , la obesidad, inactividad física y herencia genética (Salud, 2012)

En Colombia existe la asociación colombiana de diabetes es la entidad encargada de brindar consultas especializadas, agrupar pacientes por medio de la educación mejoren sus hábitos y lleven una vida normal. Para los diabéticos existe una restricción alimenticia la cual es reducir los niveles de glucosa y grasas saturadas que consumen. (diabetes, 2011)

Al conocer las restricciones alimenticias de esta población se origina la producción del producto de gomas endulzadas con stevia ya que las personas deben seguir con una vida normal y cuidarse de los productos que consumen, este producto no contiene consecuencia a su salud lo cual es apto para su consumo.

Los colombianos los productos que consumen poseen información comercial y nutricional de los alimentos en la etiquetas generados por las empresas trasformadoras de alimentos reguladas por el INVIMA, lo cual nos indica que porcentaje de glucosa y grasa

saturada consumen los niños, al conocer los porcentajes de los productos altos en glucosa y publicidad engañosa se le otorgan el consumo a los niños. (Taboada, 2015)

El alto consumo de productos altos en azúcar genera enfermedades encadenadas como la diabetes, exceso de peso, dolores estomacales entre otros a los niños que son los consumidores más allegados a estos productos por su sabor, color y textura. Otra razón que llevo la creación de la empresa productora y comercializadora de gomas endulzadas con stevia con el fin de proteger la alimentación de este segmento. Además este producto es idóneo para toda la población, ya que su consumo no es perjudicial para la salud.

La stevia es un vegetal que tiene multitud de propiedades medicinales, ya que al tomarla frecuente ayuda a tener una salud de hierro, regula la diabetes, controla la presión arterial y mejora la circulación, entre muchos otros beneficios, debido sus propiedades por su alto contenido en potasio o el magnesio, minerales, vitaminas oligoelemento y aceites volátiles. La universidad de Taiwán ha manifestado que la stevia actúa como hipotensor y cardiotónico al regular los niveles del latidos del corazon gracia a su poder vasodilatador. Al ser un endulzante se ha utilizado para los diabéticos comprobando que no hay un aumento de glucosa en sangre ya que la Stevia actúa como las células beta del páncreas estimulando la producción de insulina de forma natural (García, 2015)

Al conocer las propiedades de la stevia y su aporte al organismo debido sus minerales conlleva a la seguridad alimenticia del producto al aportar este endulzante, la idea inicial del producto es que no afecte la salud de la población en general; desde niño, hasta diabéticos que es la plaza de mercado que implemento para la creación del producto de gomas endulzadas con stevia.

La stevia no tiene efectos secundarios ni contraindicaciones si su consumo es moderado, la stevia es un sustituto de la azúcar, además de ser ideal para los diabéticos que gusten de tomar cosas dulces, se sabe que estabiliza los niveles de glucosa en sangre (desalentando su absorción), promueve la producción natural de insulina a nivel pancreático y aumenta la resistencia de dicha sustancia. (Naturaleza, 2015)

1.2 REFERENTE CONCEPTUAL

Comercialización: conjunto de actividades vinculadas al cambio de bienes o servicios entre productores y consumidores

Consumidor: persona que demanda bienes o servicios a cambio de dinero proporcionado por el productor de bienes y servicios

Demanda: cantidad de bienes o servicios que son adquiridos por consumidores, es decir la solicitud de adquirir algo

Empaque: presencia representable del producto

Empresa: entidad en la interviene el capital y el trabajo como factores de producción de actividades industriales o para prestar servicios.

Inversión: es la referencia a la colocación de dinero o capital en una operación de proyecto o iniciativa empresarial con el fin de obtener ganancias

Oferta: conjunto de bienes y servicios que se ofrece en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto

Punto de equilibrio: análisis financiero para saber los costos fijos de una empresa, los costos variables por unidad de producto y el precio de venta del producto o servicio

Rentabilidad: es el rendimiento de la empresa por las ventas que se genera como resultado de la inversión

Stevia: planta perenne que pertenece a la familia de los girasoles sus hojas son una fuente natural de edulcorante que además de no poseer calorías, es más dulce que la sacarosa.

Tamaño de producción: la cantidad de producto que se realiza en la empresa puede ser, diario, mensual o anual.

TIR: tasa interno de retorno es la tasa de interés que ofrece una inversión, es el porcentaje de beneficio o perdida que tendrá la inversión.

VPN: es la diferencia entre el valor presente de las entradas de efectivo y valor presente de las salidas de efectivo a largo de un periodo de tiempo

2. MÓDULO DE MERCADO

2.1 PRODUCTO

Nombre del producto: HEALTHY GUMMY

Las gomitas Healthy Gummy es un producto hecho con gelatinas sin sabor, endulzadas 100% con azúcar de stevia y su sabor proviene del zumo de las frutas y las frutas picadas para generar mayor contextura, olor, color , y decoración al público.

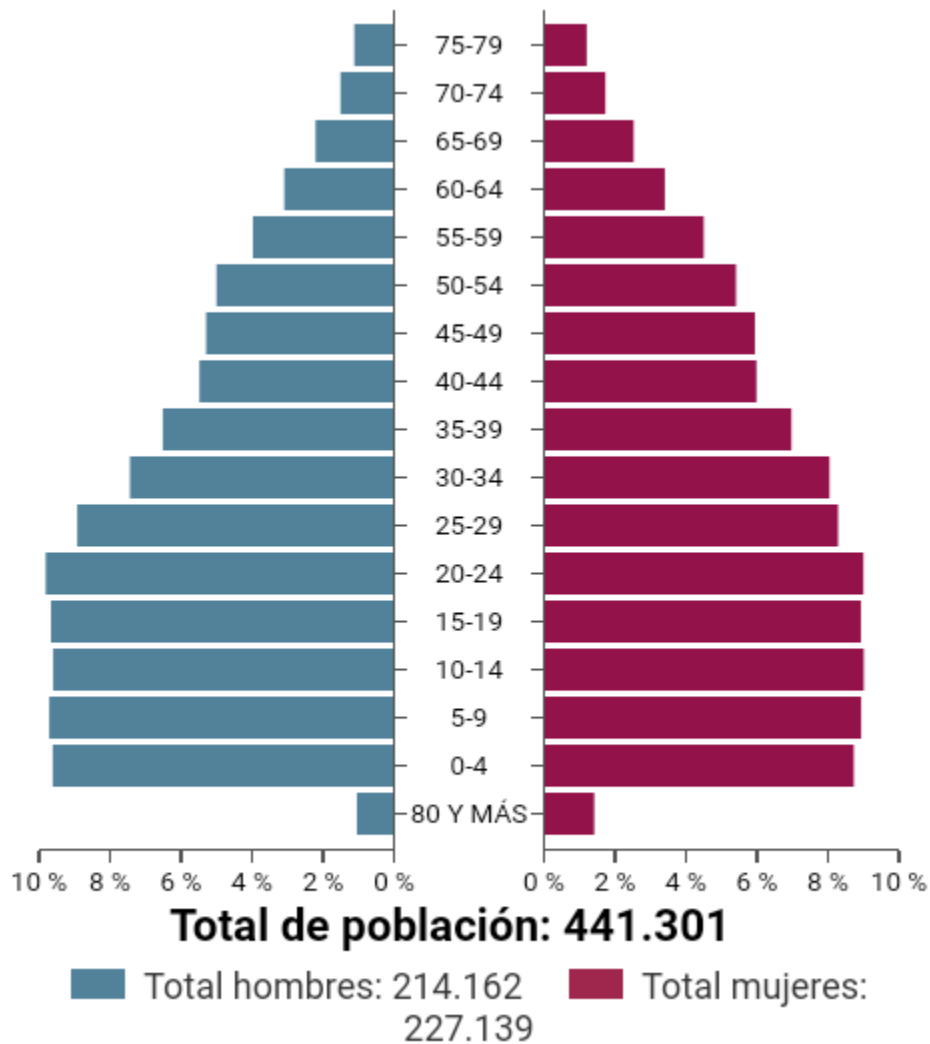
2.2 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

- ❖ es una gomita con forma de elipse cada una con diferentes colores de los distintos sabores y del mismo tamaño viene envuelta en una bolsita de plástico cada una con los colores de sus sabores uva (morado), piña(amarillo), mango(naranjado), limón (verde) y fresa(rosado) para mayor conservación es mejor mantenerla refrigeradas.
- ❖ Tamaño: 3 cm largo y 1,5 cm de ancho
- ❖ Peso: 15 g por unidad
- ❖ Olores: uva, piña, mango, limón y fresa
- ❖ Sabores: uva, piña, mango, limón y fresa
- ❖ Uso del producto: consumo general
- ❖ Productos sustitutos:
 - Gomitas vitaminadas
 - Golosinas caseras

2.3 CONSUMIDOR FINAL

El estudio de factibilidad va dirigido a la población de Montería que según el DANE corresponde a 441.301 habitantes. (DANE, 2015)

Figura 1. Población de los habitantes de la ciudad de Montería 2015



Fuente: DANE. Proyecciones de población

Fuente: DANE

2.4 DELIMITACIÓN GEOGRÁFICA

Montería la capital de Córdoba conocida también como “la capital ganadera de Colombia” se encuentra ubicado al norte limita con el municipio de Cerete, puerto escondido, y san Pelayo, al sur con tierra alta y valencia, al oeste con el departamento de Antioquia y los municipios de

Canalete, Puerto Escondido y los Córdoba y el este surcada por la serranía de las palomas.
(Cordoba, 2015)

La empresa productora de gomas endulzadas con stevia estaría ubicada en el municipio de Cerete y comercializada en la ciudad de Montería debido a su mayor número de población. Además cuenta con cadenas de supermercados que por estrategia se vendería más que en Cerete.

2.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

2.5.1 CALCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Las características del producto, todas las personas pueden consumirlo, considerando los niños, niñas y adolescente que pueden presentar problemas con la diabetes, el productos puede minimizar los efectos de la enfermedad, pero que todos pueden consumirlo para prevenir. Para la muestra se tomaría la población de la ciudad de Montería. Para el tamaño de la muestra se utilizará la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 N p q}{e^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

n: Tamaño de Muestra

N: Tamaño de la Población

p: Probabilidad de Éxito

q: Probabilidad de Fracaso

e²: Margen de Error

Z^2 : Variable de confianza

Reemplazando en la fórmula:

$$n = \frac{(1,96)^2 (465.999)(0,5)(0,5)}{(0,05)^2 (465.999 - 1) + (1,96)^2 (0,5) (0,5)}$$

$$n = 384$$

La muestra obtenida es 384, para realizar la encuesta en la ciudad de Montería.

2.5.2 CUESTIONARIO

CUESTIONARIO DIRIGIDO A TODOS LOS HABITANTES (FAMILIA, NIÑOS, PERSONAS EN GENERAL) EN LA CIUDAD DE MONTERÍA.

Objetivo:

Conocer el grado de interés que tiene el prospecto en adquirir, probar y conocer el producto de gomas endulzadas con stevia.

Datos básicos

Nombre: **Edad:** **Dirección:** **Estrato:** **Teléfono:**

1. ¿Consume usted gomitas?

- a) Si
- b) No

2. ¿Con que frecuencia consume gomitas?

- a) Diario
- b) Semanal
- c) Quincenal
- d) Mensual

3. ¿compra las gomitas en presentación de unidad?

- a) 10
- b) 20

- c) 30
 - d) 40
4. **¿Cuál son las razones por la que compra gomitas?**
- a) Color
 - b) Textura
 - c) Sabor
 - d) salud
5. **¿has consumido gomitas endulzadas con stevia? (endulzante natural)**
- a) Sí
 - b) No
6. **¿A través de qué medios le gustaría recibir información sobre el producto?**
- a) Facebook
 - b) Instragram
 - c) twitter
 - d) Volantes
7. **¿En qué lugar prefiere comprar las gomitas?**
- a) Tiendas de barrios
 - b) Supermercados
 - c) Cadenas comerciales
 - d) Productor
8. **¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por una bolsa de gomitas endulzadas con stevia x 20 unidades?**
- a) De \$4.000 a \$5.000
 - b) De \$5.000 a \$7.000
 - c) De 8.000 a 10.000
 - d) Más de \$10.000
9. **¿Está de acuerdo con la apertura del negocio de una empresa productora y comercializadoras de gomas endulzadas con stevia?**
- a) Si
 - b) no

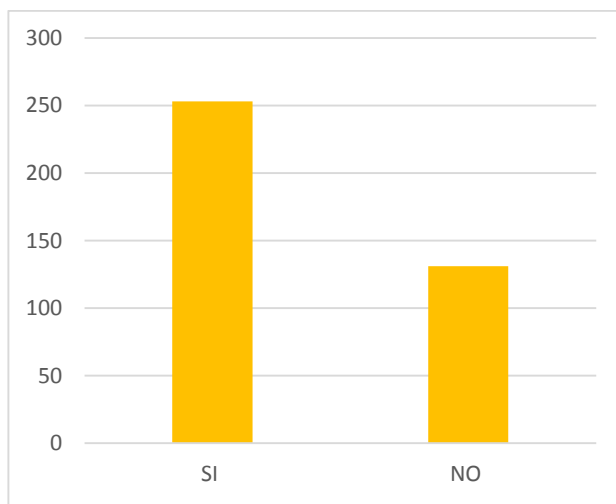
2.5.3 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Tabla 1. ¿Consume usted gomitas?

Respuesta	N° de personas	%
SI	253	66%
NO	131	34%
Total	384	100%

Fuente: elaboración propia

Figura 2. ¿Consume usted gomitas?



Fuente: elaboración propia

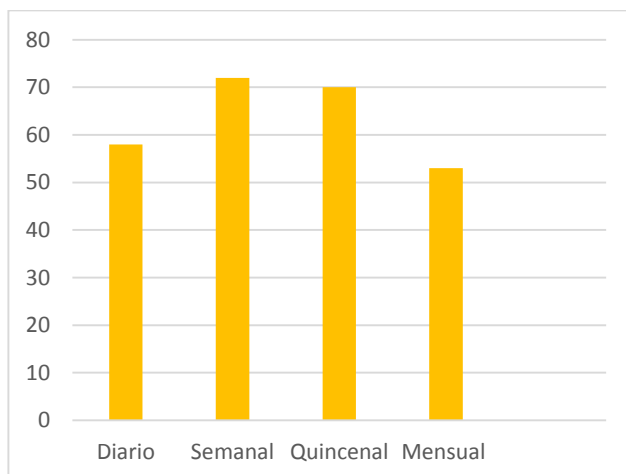
De acuerdo con la encuesta realizada en la ciudad de Montería se obtiene que el 66% de los habitantes consumen gomitas y el 34% no la consume, lo cual indica que el 66% será tomado como el mercado objetivo para la creación de empresa de gomas endulzadas con stevia.

Tabla 2. ¿Con que frecuencia consume gomitas?

Pregunta	N° de Personas	%
Diario	58	23%
Semanal	72	28%
Quincenal	70	28%
Mensual	53	21%
Total	253	100%

Fuente: elaboración propia

Figura 3. ¿Con que frecuencia consume gomitas?



Fuente: elaboración propia

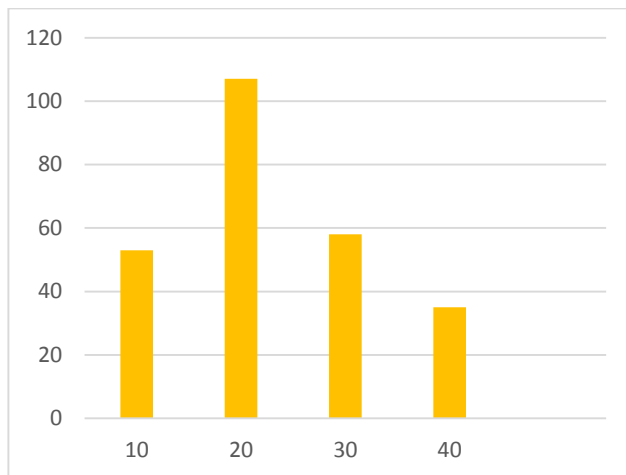
Con la información obtenida, se observa que el mayor consumo de gomitas en la ciudad de Montería es semanal con un 28% igual que quincenal, seguido con un consumo diario de un 23% lo que indica que el consumo es frecuente en el mercado de Montería, lo que concluye que una buena oportunidad de comercializar el producto.

Tabla 3. ¿Compra las gomitas en presentación de unidad?

Pregunta	N° de personas	%
10	53	21%
20	107	42%
30	58	23%
40	35	14%
Total	253	100%

Fuente: elaboración propia

Figura 4. ¿Compra las gomitas en presentación de unidad?



Fuente: elaboración propia

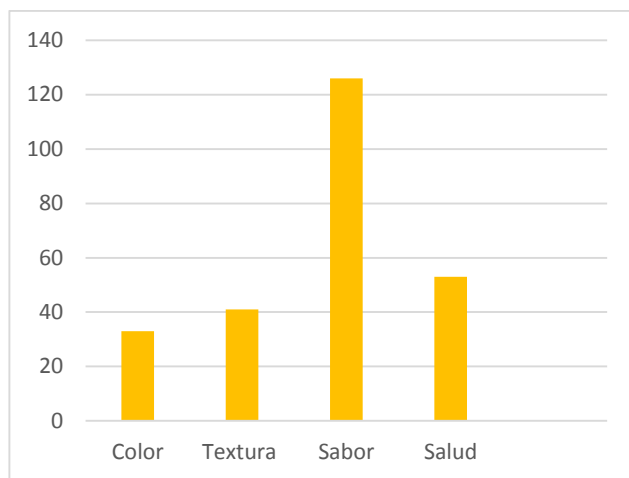
De acuerdo con la encuesta el 42% compra gomitas por 20 unidades, el 23% compra por 30 unidades, el 21% compra por 10 unidades y el 14% compra por 40 unidades, lo que indica que su mayor porcentaje es de presentación de 20 unidades las más compradas por los habitantes de Montería.

Tabla 4. ¿Cuál son las razones por la que compra gomitas?

Pregunta	N° de personas	%
Color	33	13%
Textura	41	16%
Sabor	126	50%
Salud	53	21%
Total	253	100%

Fuente: elaboración propia

Figura 5. ¿Cuál son las razones por la que compra gomitas?



Fuente: elaboración propia

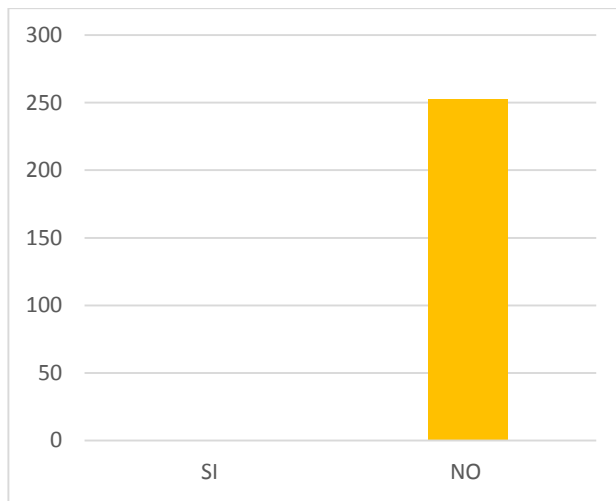
De la encuesta se evidencia que el 50% de la población indica que el sabor es lo más importante para el consumo, el 21% indica que por salud, el 16 % que textura y un 13% que color, lo que concluye que el producto es viable por su variedad de sabor en frutas que son muy consumidas en esta población, con una textura y colores que impactara al consumidor, igual que su dulce aroma. Además de contener un endulzante natural que no afecta la salud

Tabla 5. ¿Has consumido gomitas endulzadas con stevia?

Pregunta	N° de	
	personas	%
SI	0	0%
NO	253	100%
Total	253	100%

Fuente: elaboración propia

Figura 6. ¿Has consumido gomitas endulzadas con stevia?



Fuente: elaboración propia

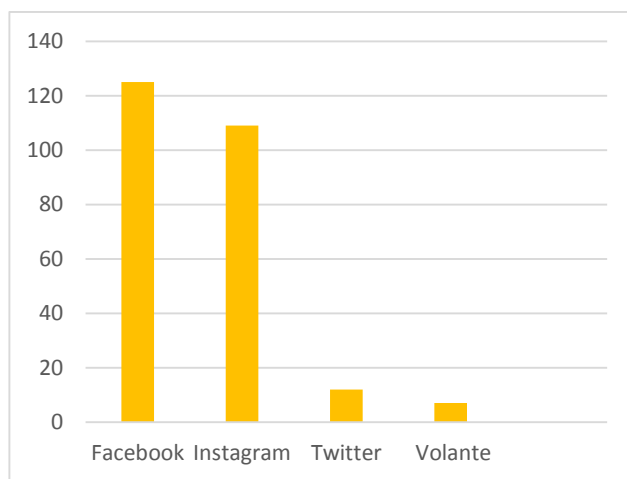
La información que nos arroja la encuesta es que el 100% de la población no ha consumido gomitas endulzadas con stevia por esta razón se abarca a un mercado con un producto innovador para el consumidor al conocer los beneficios que posee este endulzante para la salud es atractivo para los consumidores. Este porcentaje de población sería el mercado objetivo

Tabla 6. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información sobre el producto?

Pregunta	N° de personas	%
Facebook	125	49%
Instagram	109	43%
Twitter	12	5%
Volante	7	3%
Total	253	100%

Fuente: elaboración propia

Figura 7. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información sobre el producto?



Fuente: elaboración propia

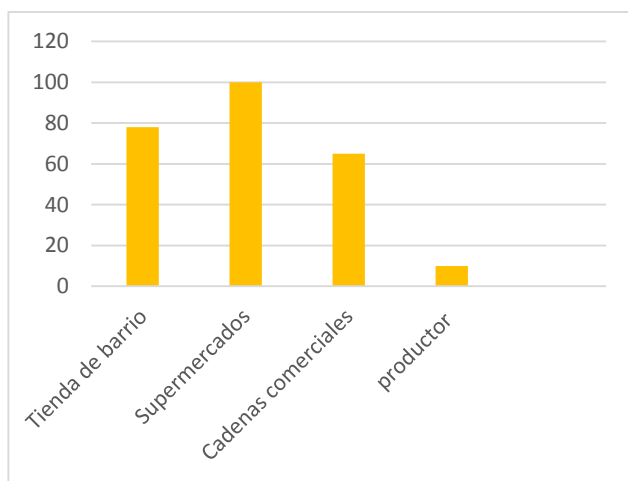
Según la encuesta el 49% de los encuestados prefiere recibir información por redes sociales como Facebook, el 43% por Instagram, el 5% por Twitter y el 3% por volante, se concluye que las redes sociales es el sitio web más frecuentes y utilizados por la población lo cual indica que para obtener conocimiento del producto es mejor crear las páginas en los sitios web como Facebook e instagram para adquirir los clientes.

Tabla 7. ¿En qué lugar prefiere comprar las gomitas?

Pregunta	N° de personas	%
Tiendas de barrios	78	30%
Supermercados	100	40%
Cadenas comerciales	65	26%
Productor	10	4%
Total	253	100%

Fuente: elaboración propia

Figura 8. ¿En qué lugar prefiere comprar las gomitas?



Fuente: elaboración propia

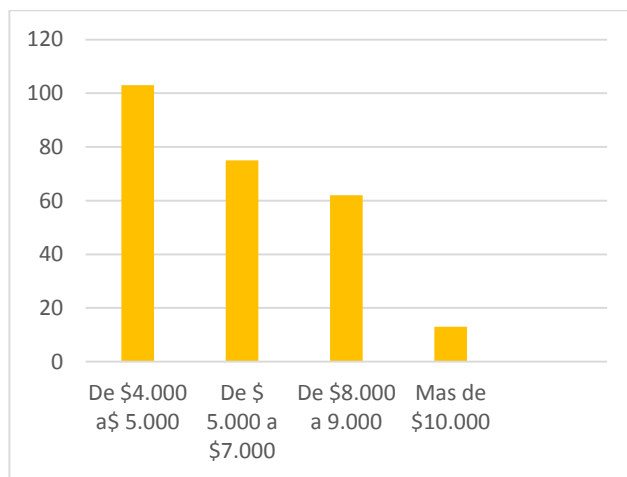
Según la información obtenida por la encuesta el 40% de la población prefiere adquirir sus productos en supermercados, el 30% en las tiendas de barrios, el 26% en cadenas comerciales y 4% por el productor, lo que concluye que para la población es más fácil adquirir el producto en los supermercados por su habitualidad y confianza al consumir.

Tabla 8. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por una bolsa de gomitas endulzadas con stevia x 20 unidades?

Pregunta	N° de personas	%
De \$4.000 a \$5.000	103	41%
De \$5.000 a \$7.000	75	30%
De \$8.000 a \$10.000	62	24%
Más de \$10.000	13	5%
Total	253	100%

Fuente: elaboración propia

Figura 9. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por una bolsa de gomitas endulzadas con stevia x 20 unidades?



Fuente: elaboración propia

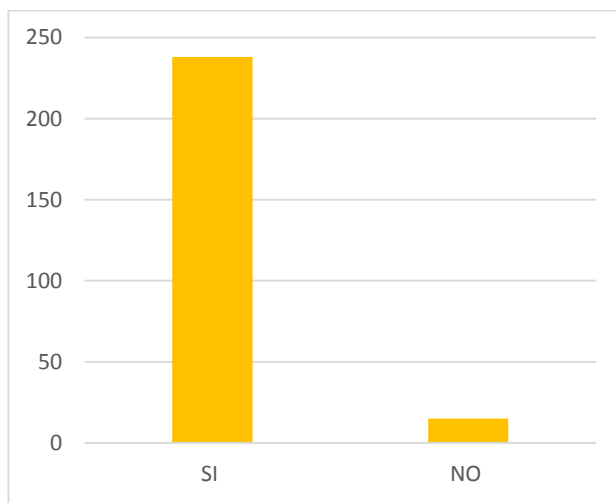
Con lo anterior nos informa que la población está dispuesta a pagar por las gomas endulzadas con stevia el 41% de \$4.000 a \$5.000, el 30% de \$5.000 a \$7.000, el 24% de \$8.000 a \$10.000 y el 5% por más de \$10.000, lo que concluye que las personas pagarían por el paquete de gomas en un total de \$4.000 a \$5.000 para su fácil adquisición

Tabla 9. ¿Está de acuerdo con la apertura del negocio de una empresa productora y comercializadoras de gomas endulzadas con stevia?

Pregunta	N° de personas	%
SI	238	73%
NO	15	27%
Total	253	100%

Fuente: elaboración propia

Figura 10. ¿Está de acuerdo con la apertura del negocio de una empresa productora y comercializadoras de gomas endulzadas con stevia?



Fuente: elaboración propia

De acuerdo con la interpretación que indico la encuesta en la población de la ciudad de Montería para la apertura de la empresa productora y comercializadora de gomas endulzadas con stevia es factible ya que el 73% está de acuerdo con la creación de esta empresa mientras el 27% indico que no. Al tener la mayoría de respuestas a favor indica que es viable la creación de la empresa.

2.5.4 CALCULO DE LA DEMANDA ACTUAL

Tabla 10. Determinación de la demanda

Respuesta	N° de personas	%
SI	253	66%
NO	131	34%
Total	384	100%

Fuente: elaboración propia

Para la determinación de la demanda se usará el rango de la población de 2 a 40 años que equivale a 134.014 mujeres y 118.891 hombres que da un total de 252.905 habitantes

$$252.905 * 66\% = 166.917$$

De lo anterior indica que la población de Montería de 252.905 el 66% es 166.917 serían los consumidores del producto.

Tabla 11. Cálculo de la demanda actual

Frecuencia											
de	N° de										
consumo	personas	%	Calculo de la demanda actual								
Diario	58	23%	166.917	23%	38.391	1	38.391	30	1.151.730	12	13.820.760
Semanal	72	28%	166.917	28%	46.737	1	46.737	4	186.948	12	2.243.376
Quincenal	70	28%	166.917	28%	46.737	1	46.737	2	93.474	12	1.121.688
Mensual	53	21%	166.917	21%	35.053	1	35.053	-		12	420.636

Total	253 100%	15.606.460
-------	----------	------------

Fuente: elaboración propia

Por lo anterior se determina que la demanda actual es 15.606.460 unidades de gomitas consumidas en el año en la ciudad de Montería.

2.5.5 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL

Para la proyección de la demanda se utilizara la siguiente formula:

$$Df = Da (1+i)^n$$

Donde:

Df: demanda futura

Da: demanda actual

i: constancia

I: índice de crecimiento poblacional 1,42% de Montería. (Monteria, 2019)

N: proyección de los años

Tabla 12. Calculo de la Proyección de la demanda actual

$Df = Da (1+i)^n$
$Df_1 = 15.606.460 (1+0,0142)^1 = 15.828.072$
$Df_2 = 15.606.460 (1+0,0142)^2 = 16.052.830$
$Df_3 = 15.606.460 (1+0,0142)^3 = 16.280.781$
$Df_4 = 15.606.460 (1+0,0142)^4 = 16.511.968$
$Df_5 = 15.606.460 (1+0,0142)^5 = 16.746.438$

Fuente: elaboración propia

Tabla 13. Proyección de la demanda

	1	2	3	4	5
Demanda futura	15.828.072	16.052.830	16.280.781	16.511.968	16.746.438

Fuente: elaboración propia

De lo anterior nos indica que el cálculo de la proyección de la demandas en los 5 periodos.

2.6 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Se toma como oferta la empresa Italo que fabrica y comercializa productos alimenticios entre ellos las gomitas en el municipio de Cerete

Italo S.A es una empresa que endulza el paladar de los colombianos con más de 75 años en el mercado sus productos están en la líneas de chocolates, galletas, gomas y productos para la industria. (Italo, 2019)

Tabla 14. Determinación de la oferta

Empresa	ventas diarias	ventas anuales
ITALO	300*30= 9.000	9.000*12 = 108.000

Fuente: elaboración propia

La empresa Italo S.A fabrica 300 unidades de gomitas diarias, lo cual da como resultado 9.000 unidades mensuales y 108.000 unidades anuales.

Para la oferta se utilizara la siguiente formula:

$$OF= Oa (1+ i)^n$$

Donde:

Of: oferta futura

Oa: oferta actual, 108.000

I: constante

I: índice del sector económico 0,47% de Montería

N: proyección de los años

Tabla 15. Calculo de la proyección de la oferta actual

$Of = Oa (1+i)^n$
$Of_1 = 108.000 (1+0,0047)^1 = 108.508$
$Of_2 = 108.000 (1+0,0047)^2 = 109.018$
$Of_3 = 108.000 (1+0,0047)^3 = 109.530$
$Of_4 = 108.000 (1+0,0047)^4 = 110.045$
$Of_5 = 108.000 (1+0,0047)^5 = 110.562$
Fuente: elaboración propia

Tabla 16. Proyección de la oferta

	1	2	3	4	5
Oferta futura	108.508	109.018	109.530	110.045	110.562
<i>Fuente: elaboración propia</i>					

La anterior nos indica que el cálculo de la proyección de la oferta en los 5 periodos.

2.7 DEMANDA EXISTENTE

Tabla 17. Proyección de demanda insatisfecha

Proyección demanda insatisfecha					
	1	2	3	4	5
Demanda futura	15.828.072	16.052.830	16.280.781	16.511.968	16.746.438
-Oferta futura	108.508	109.018	109.530	110.045	110.562
=Demanda insatisfecha	15.719.564	15.943.812	16.171.251	16.401.923	16.635.876

Fuente: elaboración propia

De lo anterior se concluye que la demanda existente cubre la demanda del producto en la ciudad de Montería, ya que las demandas proyectadas sobresalen a la oferta proyectada, lo cual indica un mercado por abordar mediante la demanda insatisfecha.

2.8 ANÁLISIS DE PRECIO

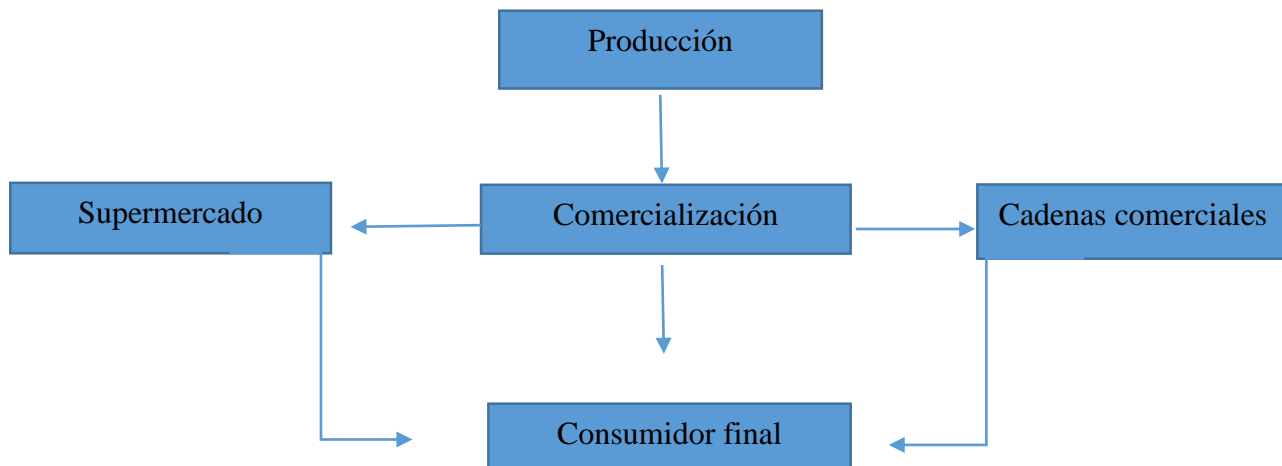
Los productos que ofrece HEALTHY GUMMY son productos altamente perecederos. Por esta razón tiene un ciclo de vida mediana en condiciones naturales. Para su conservación y ampliar su ciclo de vida se utilizan estrategias de conservación como la refrigeración, congelación, entre otras.

En cuanto a las estrategias de fijación de precios, tendremos en cuenta el tipo de producto. Existen tres tipos de estrategias. Una es basada en la demanda, en el costo, y en el precio de los competidores.

En la empresa de gomas se ofrece la combinación correcta de calidad y buen servicio a precio justo. Teniendo en cuenta los aspectos diferenciadores de nuestros productos. Se fijara el precio de \$4.000 que fue el indicado por medio de la encuesta.

2.9 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Figura 11. Canales de distribución



Fuente: elaboración propia

La cadena de distribución se encuentra de la siguiente manera:

- Producción: se encarga de la producción o elaboración del producto en la empresa
- Comercialización: los canales de comercialización es el medio donde se va distribuir el producto en supermercado, cadenas de comerciales y consumidor final.
- Consumidor final: el mercado objetivo del producto, el demandante

3. MÓDULO TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL

3.1 TAMAÑO DE PRODUCCIÓN

Tabla 18. Tamaño de producción

Proceso de producción de gomitas				
Unidades				
130	*	30	=	3.900
			*	12
			=	46.800

Fuente: elaboración propia

La capacidad de la estructura de producción, tiene una capacidad de 500 unidades diarias, sin embargo para iniciar el proyecto se producirán 130 unidades diarias que eso equivale a 3.900 unidades mensuales, que lleva un periodo de un año a se realicen 46.800 unidades, es el objetivo anual de producción en la empresa de gomas endulzadas con stevia.

3.2 LOCALIZACIÓN

3.2.1 MACROLOCALIZACIÓN

El departamento de Córdoba está situado al noroeste de la república de Colombia, a orillas del mar Caribe, con una extensión de 23.980 kilómetros cuadrados. Limita por el norte con mar Caribe y el departamento de sucre; por el este con el mar el mar caribe y el departamento de Antioquia; por el oeste con los departamentos de Bolívar, sucre y Antioquia y por el sur con el departamento de Antioquia. (Cordoba, s.f.)

La empresa Healthy Gummy funcionará en el departamento de Córdoba, dentro de la macrolocalización se tendrá en cuenta 3 municipios Cerete, San Pelayo y Ciénaga de Oro

Tabla 19. Factores relevantes de macrolocalización

Healthy Gummy							
FACTORES Relevantes	PESO ASIGNADO	CALIFICACIÓN ESCOGIDA 0 – 100	CALIFICACIÓN PONDERADA Cerete	CALIFICACIÓN ESCOGIDA 0 – 100	CALIFICACIÓN PONDERADA Pelayo	CALIFICACIÓN ESCOGIDA 0 – 100	CALIFICACIÓN PONDERADA Ciénaga de oro
vías de acceso	0,15	90	13,5	70	10,5	75	9,75
Restricciones y oportunidades legales y políticas	0,10	85	8,5	85	8,5	85	8,5
Cercanía a Zonas Demandantes	0,25	90	22,5	80	20	65	18,75
Condiciones de vida	0,05	80	4,0	70	3,5	70	3,5
Disponibilidad de Servicios públicos	0,25	90	22,5	75	18,75	70	17,5
Condiciones sociales y culturales.	0,10	90	9,0	85	8,5	85	8,5
Disponibilidad de Terrenos	0,10	70	7,0	70	7,0	75	7,5
TOTALES			87,0		76,75		74

Fuente: elaboración propia

De acuerdo a lo anterior tiene como resultado que Cerete tiene mayor puntaje con 87% que Pelayo y Ciénaga de oro. Debido a su capacidad en las vías de acceso, por su cercanía en las

zonas demandantes, cuenta con la disponibilidad de servicios públicos que es necesario para una empresa que cuente con todos los servicios públicos eficientemente. También por su condición de sociales y culturales de la ciudad que son actas para la concentración del producto y disponibilidad del terreno que es necesario para la adquirir la obra de la empresa.

3.2.2 MICROLOCALIZACIÓN

Al conocer que la empresa HEALTHY GUMMY se encontrara ubicada en el municipio de Cerete se determinará cual sería el lugar apropiado del municipio mediante la siguiente tabla.

Tabla 20. Factores relevantes microlocalización

MATRIZ DE MICROLOCALIZACIÓN HEALTHY GUMMY							
FACTORES Relevantes	PESO ASIGNADO	CALIFICACIÓN ESCOGIDA	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN ESCOGIDA	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN ESCOGIDA	CALIFICACIÓN PONDERADA
		0 – 100	El Cañito	0 – 100	Caracas	0 – 100	Mateo Gómez
Condiciones de vías de comunicación	0,15	95	14,3	85	12,75	70	10,5
Servicio Telefónico	0,10	95	9,5	90	9	85	8,5
Cercanía a Zonas Demandantes	0,25	90	22,5	85	21,25	95	23,75
Disponibilidad de Agua	0,05	90	4,5	90	4,5	80	4
Disponibilidad de Energía Eléctrica	0,25	90	22,5	90	22,5	90	22,5
Orden Público	0,10	85	8,5	85	8,5	85	8,5
TOTALES	100%		81,8		78,5		77,75

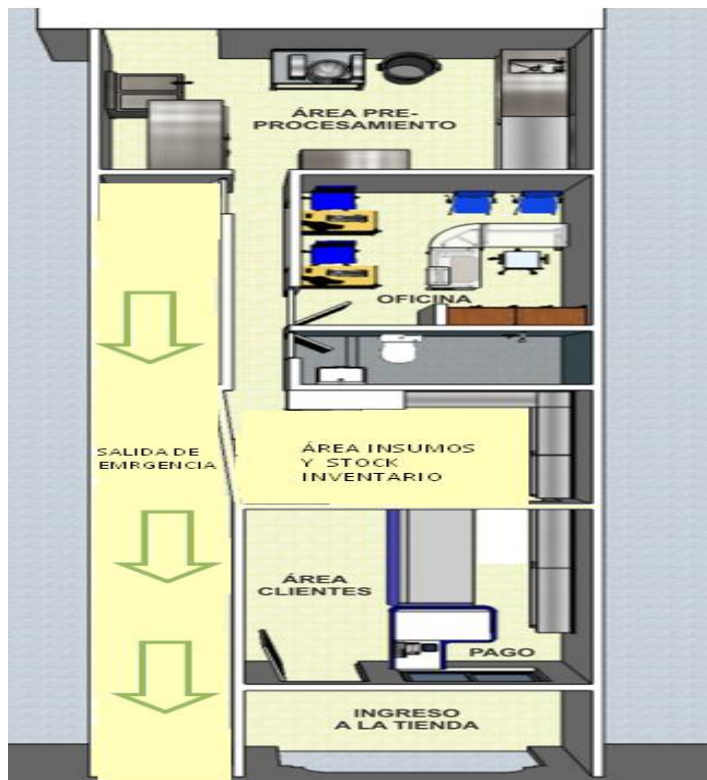
Fuente: elaboración propia

De acuerdo al resultado que arroja la matriz indica que la opción apropiada para la ubicación de la empresa es en el barrio El Cañito con un 86,8 %, la cual su ubicación sería entre los límites de la carretera que conlleva a Montería la cual posee dos vías de comunicación para comercializar el producto, servicios telefónicos para una buena comunicación, disponibilidad de agua que es fundamental para la empresa y energía eléctrica para su funcionamiento

3.3 DISTRIBUCIÓN EN PLANTA

La distribución de la planta de producción de HELATHY GUMMY tendrá el siguiente diseño con el fin de tener un mejor espacio para la producción y el adecuado servicio a los clientes

Figura 12. Obra de la empresa

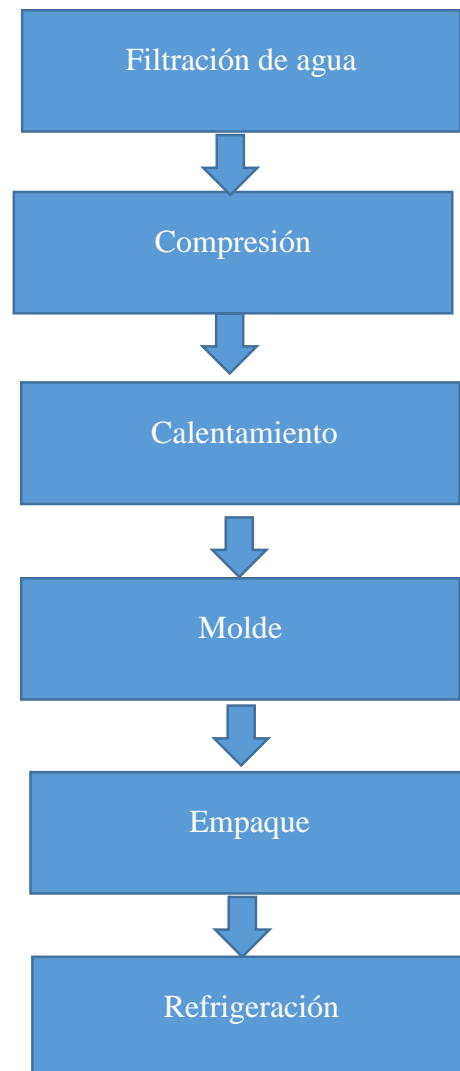


Fuente: elaboración propia

La planta de distribución contará con un ingreso a la tienda donde será el área de los clientes, seguido viene el área de insumos y stock inventario, contara con un baño, una oficina que será utilizada para tres personas y por ultimo tendrá el área de procesamiento que es el área encargada de realizar el producto, la cual cuenta con estufa, refrigerador, almacenamiento y un amplio mesón para su producción.

3.4 PROCESO DE PRODUCCIÓN

Figura 13. Mapa conceptual del Proceso de producción



Fuente: elaboración propia

El siguiente mapa conceptual nos indica el proceso de producción de las gomitas los pasos son los siguientes:

Paso 1. Filtración de agua: se necesita un porcentaje de agua filtrada para la elaboración de las gomitas al estar elaboradas con gelatina sin sabor.

Paso 2. Compresión: es el proceso en el cual se da la trituration de las frutas para la compresión de las gomitas

Paso 3. Calentamiento: en la estufa se llevará a cabo el proceso de calentamiento de la gelatina y su endulzamiento con stevia.

Paso 4. Molde: es el proceso en el cual se llevara a cabo la figura de las gomitas y la compresión de las frutas

Paso 5. Empaque: en este proceso se empacara el producto en unas bolsitas de acuerdo al color de las frutas

Paso 6. Refrigeración: es el proceso en el cual se refrigera el producto para tomar consistencia antes de ser vendido.

4. MODULO ADMINISTRATIVO

4.1 NATURALEZA JURÍDICA

Nombre de la empresa: HEALTHY GUMMY SAS

NIT: 50966072

Representante Legal: MARY MORENO ESTRELLA

La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales constituida por una o varias personas natural o jurídicas que luego de la inscripción en el registro mercantil, se constituye en una persona jurídica distinta de sus accionista o sus accionistas, y en cual los socios solo responsable hasta el monto de sus aporte. Es el tipo de sociedad más utilizado en el país, se trata de un aumento significativo que refleja las bondades de la norma, entre las que se destaca la reducción de costos. La clase de sociedad no se necesita revisor fiscal y es evidente la disminución de trámites para la creación de empresas (Plata, 2009)

4.2 MISIÓN

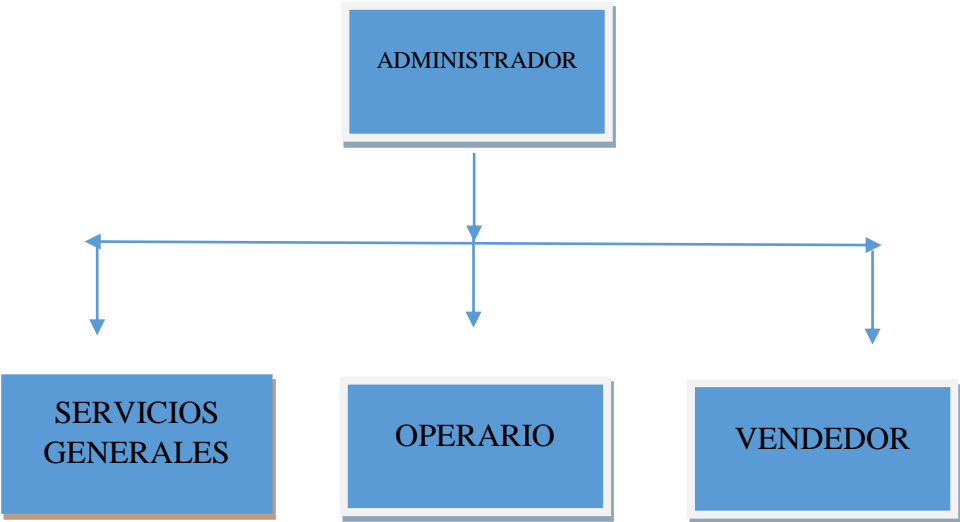
Producir y comercializar un producto apetitoso sin efectos secundarios para la salud, con una buena calidad que satisface a la población diabética y niños, con un personal comprometido para el crecimiento de la empresa y apoyar con una buena salud a nuestros clientes.

4.3 visión

Para 2023 ser la mejor opción de gomitas, con unas respectivas innovaciones de nuestro producto y realizar nuestro mejor esfuerzo para satisfacer a todos los clientes.

4.4 Organigrama

Figura 14. Organigrama Funcional



Fuente: elaboración propia

4.5 MANUAL DE FUNCIONES

Administrador

Su responsabilidad principal es ser el representante legal, debe tener liderazgo para lograr obtener los objetivos de la organización.

Tabla 21. Manuel de función Administrador

Identificación del cargo	
Cargo	Administrador
Área	Administración
Numero de cargo	1
Reporta a:	No aplica
Requisito para el Cargo	

Formación	Profesional
Experiencia	Mínimo 6 meses

Objetivo del cargo

Generar el proceso de planeación estratégico de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.

Funciones del cargo

- Dirigir la gestión estratégica de la dulcería, mediante la administración de procesos, con la finalidad de y promover una cultura de calidad y mejora continua.
 - Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los individuos.
 - Elaborar un programa de suministro, en base al pronóstico de ventas, para elaborar pre-procesos al producto de acuerdo al requerimiento del cliente.
 - Solicitar las cantidades requeridas de materia prima, también programa los productos de re fabricación, es lazo de unión entre el área de ventas.
 - Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas en la Dulcería.
 - Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.
 - Preparar y presentar informes sobre la situación financiera
 - Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable
-

Fuente: elaboración Propia

Operario

Será el responsable de la producción, manejo y control de las gomitas elaboradas en la empresa.

Tabla 22. Manual de función Operario

Identificación del cargo	
Cargo	Operario
Área	Producción
Numero de cargo	1
Reporta a:	Administrador
Requisito para el Cargo	
Formación	Bachiller/Técnico
Experiencia	12 meses en experiencia en producción
Objetivo del cargo	
Llevar el control de la producción de manera eficiente	
Funciones del cargo	
<ul style="list-style-type: none"> • Llevar a cabo las operaciones en el área de producción • Manipulación en la realización de las gomas, moldes y empaques • controlar que el producto se encuentre en buen estado • Manejo eficiente del producto hasta su conservación. 	

Fuente: elaboración propia

Servicios generales.

Su responsabilidad será atender las necesidades de aseo y oficios varios en la empresa.

Tabla 23. Manuel de función Servicios generales

Identificación del cargo	
Cargo	Servicios generales/Oficios varios
Área	Administrativa
Numero de cargo	1
Reporta a:	Administrador
Requisito para el Cargo	
Formación	Bachiller/Técnico
Experiencia	12 meses
Objetivo del cargo	
Coordinar las actividades del personal a su cargo y la limpieza de la empresa	
Funciones del cargo	
<ul style="list-style-type: none"> • Realiza pedidos de material de limpieza, equipos de oficina y bienes de consumos que se requieran. • Compra materiales de limpieza y equipos de oficina que se requieran en la dependencia. • Supervisa el mantenimiento de equipos y mobiliario de la dependencia. • Ordena y supervisa la reparación de equipos y mobiliarios. • Controla los servicios de proveeduría de materiales y equipos de trabajo. • Supervisa y controla los servicios de comunicaciones dentro de la dependencia, transporte, correo, mensajería, etc. 	

Fuente: elaboración Propia

Vendedor

Su principal función es vender los productos a través del contacto directo con los clientes.

Tabla 24. Manuel de función Vendedor

Identificación del cargo	
Cargo	Vendedor
Área	Venta
Numero de cargo	1
Reporta a:	Administrador
Requisito para el Cargo	
Formación	Bachiller/Técnico/Profesional
Experiencia	Mínimo 6 meses en experiencia en venta o atención al cliente
Objetivo del cargo	
Llevar de manera eficiente y responsable la comercialización del producto	
Funciones del cargo	
<ul style="list-style-type: none">• Recibir y comunicar adecuadamente a los clientes la información acerca de los productos que se comercializan en la tienda y los servicios que se ofrecen.• Al final de la jornada cuadrar la caja.• Recibir el dinero correspondiente al peso del producto vendido.• Mantener la limpieza en el área de trabajo.	

Fuente: elaboración propia

4.6 REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO HEALTHY GUMMY

La Empresa “HEALTHY GUMMY ”, legalmente constituida, con domicilio principal en la ciudad de Montería , en aplicación de lo que dispone el artículo 64 del Código del Trabajo y con el fin de que surta los efectos legales previstos en el numeral 12 del artículo 42; letra a) del artículo 44; y numeral 2° del artículo 172 del mismo Cuerpo de Leyes, aplicará, de forma complementaria a las disposiciones del Código del Trabajo, el siguiente reglamento interno en su matriz y agencias (de existir) a nivel nacional y con el carácter de obligatorio para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores de la empresa.

CAPÍTULO I

OBJETO SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN Y OBJETIVO DEL REGLAMENTO

- Art.- 1. **OBJETO GENERAL.-** HEALTHY GUMMY, tiene como objetivo principal la comercialización de productos alimenticios (gomitas endulzadas con stevia) de conformidad con lo dispuesto en el artículo 64 del contrato de constitución; objeto que lo realiza acatando estrictamente todas las disposiciones legales vigentes.
- Art.- 2. **OBJETO DEL REGLAMENTO.-** El presente Reglamento, complementario a las disposiciones del Código del Trabajo, tiene por objeto clarificar y regular en forma justa los intereses y las relaciones laborales, existentes entre (COMPAÑÍA INSTITUCIÓN) HEALTHY GUMMY, y SUS EMPLEADOS O TRABAJADORES. Estas normas, tienen fuerza obligatoria para ambas partes.

CAPÍTULO II

VIGENCIA, CONOCIMIENTO, DIFUSIÓN, ALCANCE Y AMBITO DE APLICACIÓN

- Art.- 3. **VIGENCIA.-** Este reglamento Interno comenzará a regir desde 23-02-2019 fecha en que es aprobado por la Dirección Regional de Trabajo y Servicio Público.
- Art.- 4. **CONOCIMIENTO Y DIFUSIÓN.-** La Empresa dará a conocer y difundirá este Reglamento Interno a todos sus trabajadores, para lo cual colocará un ejemplar en un lugar visible de forma permanente dentro de cada una de sus dependencias, cargará el texto en la intranet y entregará un ejemplar del referido Reglamento a cada uno de sus trabajadores. En ningún caso, los trabajadores, argumentarán el desconocimiento de este Reglamento como motivo de su incumplimiento.
- Art.- 5. **ORDENES LEGÍTIMAS.-** Con apego a la ley y dentro de las jerarquías establecidas en el organigrama de la Empresa, los trabajadores deben obediencia y respeto a sus superiores, a más de las obligaciones que corresponden a su puesto de trabajo, deberán ceñirse a las instrucciones y disposiciones legítimas, sea verbales o por escrito que reciban de sus jefes inmediatos.
- Art.- 6. **ÁMBITO DE APLICACIÓN.-** El presente Reglamento Interno es de aplicación obligatoria para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores, que actualmente o a futuro laboren para la Empresa HEALTHY GUMMY.

CAPÍTULO III

DEL REPRESENTANTE LEGAL

- Art.- 7. El Representante legal es la autoridad ejecutiva de la empresa, por consiguiente le corresponde ejercer la dirección de la misma y de su talento humano, teniendo facultad

para nombrar, promover o remover empleados o trabajadores, con sujeción a las normas legales vigentes.

- Art.- 8. Se considerarán oficiales las comunicaciones, circulares, memorandos, oficios, etc., debidamente suscritos por el Representante legal, quien lo subrogue, o las personas debidamente autorizadas para el efecto.

Sin perjuicio de lo anterior, las amonestaciones y llamados de atención, serán suscritas por el Gerente de Recursos Humanos o quien haga sus veces; y, los memorandos referentes a políticas o procedimientos de trabajo que implemente la Empresa, serán firmadas por el Representante legal.

CAPÍTULO IV

DE LOS TRABAJADORES, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL

- Art.- 9. Se considera empleados o trabajadores de HEALTHY GUMMY. a las personas que por su educación, conocimientos, formación, experiencia, habilidades y aptitudes, luego de haber cumplido con los requisitos de selección e ingreso, establecidos en la ley, reglamentos, resoluciones del Ministerio de Relaciones Laborales, manuales o instructivos de la Compañía, presten servicios con relación de dependencia en las actividades propias de la empresa.

- Art.- 10. La admisión e incorporación de nuevos trabajadores, sea para suplir vacantes o para llenar nuevas necesidades de la Empresa es de exclusiva potestad del Representante Legal o su delegado.

Como parte del proceso de selección, la empresa podrá exigir a los aspirantes la rendición de pruebas teóricas o prácticas de sus conocimientos, e incluso psicológicas

de sus aptitudes y tendencias, sin que ello implique la existencia de relación laboral alguna.

Para la suscripción del contrato de trabajo, el aspirante seleccionado deberá presentar los siguientes documentos actualizados:

- a)** Hoja de vida actualizada.
- b)** Al menos dos (2) certificados de honorabilidad.
- c)** Exhibir originales y entregar 2 copias legibles y a color de la cédula de ciudadanía; certificado de votación y, licencia de manejo cuando corresponda.
- d)** Presentar los originales y entregar copias de los certificados o títulos legalmente conferidos, con el correspondiente registro de la autoridad pública competente.
- e)** Partida de matrimonio y de nacimiento de sus hijos según el caso.
- f)** Dos fotografías actualizadas tamaño carné.
- g)** Formulario de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta (No. 107), conferido por el último empleador.
- h)** Certificados de trabajo y honorabilidad.

En lo posterior, el trabajador informará, por escrito y en un plazo máximo de cinco días laborables, al departamento de Recursos Humanos respecto de cambios sobre la información consignada en la compañía, de no hacerlo dentro del plazo señalado se considerará falta grave.

CAPÍTULO V

DE LOS CONTRATOS

Art.- 11. **CONTRATO ESCRITO.-** Todo contrato de trabajo se realizará por escrito; y, luego de su suscripción, deberá ser inscrito ante el Inspector de Trabajo, en un plazo máximo de treinta contados a partir de la fecha de suscripción.

Art.- 12. **PERIODO DE PRUEBA.-** Con los aspirantes seleccionados que ingresen por primera vez a la Empresa, se suscribirá un contrato de trabajo sujeto a las condiciones y período de prueba máximo fijado por el Código del Trabajo.

Art.- 13. **TIPOS DE CONTRATO.-** De conformidad con sus necesidades, la Empresa celebrará la modalidad de contrato de trabajo que considere necesaria, considerando aspectos técnicos, administrativos y legales.

CAPÍTULO VI

JORNADA DE TRABAJO, ASISTENCIA DEL PERSONAL Y REGISTRO DE ASISTENCIA

Art.- 14. De conformidad con la ley, la jornada de trabajo será de 8 horas diarias y 40 horas semanales a las que deben sujetarse todos los trabajadores de la Empresa, en los centros de trabajo asignados.

Sin embargo, respetando los límites señalados en el Código del Trabajo, las jornadas de labores podrán variar y establecerse de acuerdo con las exigencias del servicio o labor que realice cada trabajador y de conformidad con las necesidades de los clientes y de la Empresa.

CAPÍTULO VII

DE LAS VACACIONES, LICENCIAS, FALTAS, PERMISOS Y JUSTIFICACIONES

DE LAS VACACIONES

Art.- 15. De acuerdo al artículo 69 del Código del Trabajo los trabajadores tendrán derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de vacaciones, las fechas de las vacaciones serán definidas de común acuerdo entre el jefe y trabajador, en caso de no llegar a un acuerdo el jefe definirá las fechas a tomar.

Art.- 16. Las vacaciones solicitadas por los trabajadores, serán aprobadas por los Jefes inmediatos, o Gerencia de Recursos Humanos.

Art.- 17. Para hacer uso de vacaciones, los trabajadores deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Cumplir con la entrega de bienes y documentación a su cargo a la persona que suplirá sus funciones, con el fin de evitar la paralización de actividades por efecto de las vacaciones, cuando el caso así lo amerite.
- b) El trabajador dejará constancia de sus días de vacaciones llenando el formulario establecido para este caso.

DE LA REMUNERACIÓN Y PERÍODOS DE PAGO

Art.- 18. Para la fijación de las remuneraciones de los trabajadores, la Empresa se orientará por las disposiciones o normas establecidas en el mercado laboral relativo a la clasificación

y valoración de puestos, aprobados por la Presidencia que estarán siempre en concordancia con la ley; y no podrán ser inferiores a los mínimos sectoriales determinados para esta empresa.

Art.- 19. La empresa pagará la remuneración mensual directamente a sus trabajadores mediante el depósito en una cuenta bancaria, u otros mecanismos de pago permitidos por la ley.

Art.- 20. La Empresa efectuará descuentos de los sueldos del Trabajador solo en casos de:

- a) Aportes personales del IESS;
- b) Dividendos de préstamos hipotecarios o quirografarios, conforme las planillas que presente el IESS;
- c) Ordenados por autoridades judiciales.
- d) Valores determinados por las Leyes o autorizados expresamente por el trabajador así como por compras o préstamos concedidos por la empresa a favor del trabajador.
- e) Multas establecidas en este Reglamento
- f) Descuentos autorizados por consumos del trabajador, cancelados por la empresa como tarjetas de comisariato, seguro médico privado, consumo de celulares, repuestos, servicios, mantenimiento, etc.

CAPÍTULO XIV

OBLIGACIONES, DERECHOS Y PROHIBICIONES DEL TRABAJADOR

DE LAS OBLIGACIONES

Art.- 21. Además de las obligaciones constantes en el artículo 45 del Código de Trabajo, las determinadas por la ley, las disposiciones de HEALTHY GUMMY las del Contrato de Trabajo, Código de Conducta y este Reglamento, son obligaciones del Trabajador las siguientes:

1. Cumplir las leyes, reglamentos, instructivos, normas y disposiciones vigentes en la Empresa; que no contravengan al presente reglamento y código de conducta.
2. Ejecutar sus labores en los términos determinados en su contrato de trabajo, y en la descripción de funciones de cada posición, según consta en el Manual de Funciones, desempeñando sus actividades con responsabilidad, esmero y eficiencia;
3. Ejecutar su labor de acuerdo a las instrucciones y normas técnicas que se hubieren impartido; y, cumplir estrictamente con las disposiciones impartidas por la Empresa y/o autoridades competentes, sin que en ningún caso pueda alegarse su incumplimiento por desconocimiento o ignorancia de la labor específica confiada.
4. Observar en forma permanente una conducta armónica, respetuosa, y de consideraciones debidas en sus relaciones con sus compañeros de trabajo, superiores, subalternos, clientes y particulares.
5. Comunicar cualquier cambio de su dirección domiciliaria, teléfono dentro de los cinco primeros días siguientes de tal cambio.

DE LOS DERECHOS

Art.- 22. Serán derechos de los trabajadores de HEALTHY GUMMY.

- a) Percibir la remuneración mensual que se determine para el puesto que desempeñe, los beneficios legales y los beneficios de la Empresa.
- b) Hacer uso de las vacaciones anuales, de acuerdo con la Ley y las normas constantes de este Reglamento.

- c) Recibir ascensos y/o promociones, con sujeción a los procedimientos respectivos, y de acuerdo con las necesidades y criterios de la Empresa.
- d) Ejercer el derecho a reclamo, siguiendo el orden correspondiente de jerarquía, cuando considere que alguna decisión le puede perjudicar.
- e) Recibir capacitación o entrenamiento, de acuerdo con los programas de desarrollo profesional que determine la Empresa, tendiente a elevar los niveles de eficiencia y eficacia en el desempeño de sus funciones.

DE LAS PROHIBICIONES

Art.- 23. A más de las prohibiciones establecidas en el artículo 46 del Código del Trabajo, que se entienden incorporadas a este Reglamento y Código de Conducta, y las determinadas por otras Leyes, está prohibido al Trabajador:

- a) Mantener relaciones de tipo personal, comercial o laboral, que conlleven un conflicto de intereses, con las personas naturales o jurídicas que se consideren como competencia o que sean afines al giro de Empresa. El trabajador deberá informar al empleador cuando pueda presentarse este conflicto.
- b) Exigir o recibir primas, porcentajes o recompensas de cualquier clase, de personas naturales o jurídicas, proveedores, clientes o con quienes la Empresa tenga algún tipo de relación o como retribución por servicios inherentes al desempeño de su puesto.
- c) Alterar los precios de los productos o servicios que ofrece la Empresa a cambio de recompensas en beneficio personal.
- d) Alterar la respectiva jornada de trabajo o suspenderla sin sujetarse a la reglamentación respectiva de horarios y turnos designados.

CAPÍTULO XVI

DE LAS PERSONAS QUE MANEJAN RECURSOS ECONÓMICOS DE LA EMPRESA

Art.- 24. Los Trabajadores que tuvieran a su cargo activos de la Empresa, como: dinero, accesorios, vehículos, valores o inventario de la Empresa; como el personal de tesorería,

repuesto, bodega, agencias y cualquier otra área que estén bajo su responsabilidad dinero, valores, insumos, cajas chicas entre otros, son personalmente responsables de toda pérdida, salvo aquellos que provengan de fuerza mayor debidamente comprobada.

Art.- 25. Todas las personas que manejan recursos económicos estarán obligadas a sujetarse a las fiscalizaciones o arqueos de caja provisionales o imprevistos que ordene la Empresa; y suscribirán conjuntamente con los auditores el acta que se levante luego de verificación de las existencias físicas y monetarias.

CAPITULO XIX

OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES PARA LA EMPRESA

Art.- 26. Son obligaciones de la empresa, a parte de las establecidas en el Código de Trabajo, Estatuto, Código de Ética, las siguientes:

- a) Mantener las instalaciones en adecuado estado de funcionamiento, desde el punto de vista higiénico y de salud.
- b) Llevar un registro actualizado de los datos del trabajador y, en general de todo hecho que se relacione con la prestación de sus servicios.
- c) Proporcionar a todos los trabajadores los implementos e instrumentos necesarios para el desempeño de sus funciones.
- d) Tratar a los trabajadores con respeto y consideración.
- e) Atender, dentro de las previsiones de la Ley y de este Reglamento los reclamos y consultas de los trabajadores.

CAPITULO XX

SEGURIDAD E HIGIENE

Art.- 78. Se considerara falta grave la transgresión a las disposiciones de seguridad e higiene previstas en el ordenamiento laboral, de seguridad social y Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional de la empresa, quedando facultada la compañía para hacer uso del derecho que le asista en guardar la integridad de su personal.

Atentamente, **MARY MORENO ESTRELLA**- Representante legal HEALTHY GUMMY

4.7 IMAGEN CORPORATIVA

4.7.1 LOGOTIPO



Figura 15. Logotipo

Fuente: elaboración Propia

4.7.2 SLOGAN

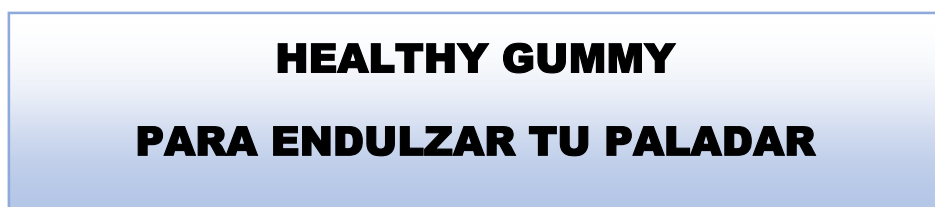


Figura 16. Slogan

Fuente: elaboración propia

5. MÓDULO DE IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL

5.1 IMPACTO SOCIAL

Un elemento importante en el análisis, es el factor sociocultural. La cultura influye decididamente en el comportamiento de la fuerza de trabajo en los procesos de producción en la población en general. Se tiene en cuenta nuestra cultura Sinuana donde se conservan tradiciones culturales que marcan los hábitos y costumbres del monteriano. Especialmente en los Tipos de alimentos que consumen, además vale la pena resaltar que las tendencias globales mundiales en materia de alimentos light o saludables aumentan los pronósticos de ventas esperadas. La empresa traería los siguientes aspectos:

- Crecimiento económico
- Desarrollo tecnológico
- Generación de empleo
- Competitividad

5.2 IMPACTO ECONÓMICO

El impacto que ocasionaría la empresa en la ciudad de montería es inversión a los ciudadanos Monterianos al generar empleo lo cual beneficia a la comunidad con nuevos ingresos.

Le otorgaría a la población un empleo a largo plazo para contribuir a la recopilación de la inversión otorgada por terceros.

5.3 IMPACTO AMBIENTAL

HEALTHY GUMMY, es una organización comprometida con el manejo del medio ambiente y responsable por el pleno cumplimiento de las normas y regulaciones vigentes (NTC5443). Aplicables a nuestras actividades, dentro de las cuales se destacan:

- ✓ Manejo y uso eficiente del agua
- ✓ Manejo y control de vertimientos y residuos sólidos
- ✓ Control de emisiones atmosféricas

El medio ambiente es un factor decisivo del desarrollo económico que considera que los bienes ambientales y ecológicos cumplen con un valor y una función que sustenta los procesos empresariales y económicos. En el aspecto ambiental, el permiso de concesión de aguas y la presentación de planes de manejo ambiental, son exigidos por las Corporaciones Autónomas Regionales (CVS), en forma directa o a través del cumplimiento de las guías ambientales, que para el caso del camarón ya existen. Actualmente se están realizando las de piscicultura, con el apoyo de los consejos regionales de las cadenas productivas, con lo cual se persigue que la actividad se realice en forma armónica con el medio ambiente y se busque la sustentabilidad ambiental.

Para este análisis es fundamental la identificación de los aspectos medioambientales y la evaluación de los efectos asociados a nuestra actividad empresarial o industrial, con el fin de conocer el impacto medioambiental que generan las actividades, productos o servicios que se ofrecen en la pescadería y poder establecer unos objetivos y metas medioambientales para minimizar su impacto en el entorno. (Rubio 2005).

Los aspectos medioambientales, que fueron considerados en el análisis realizado, guardan estrecha relación con el manejo adecuado y reciclaje de residuos sólidos y aguas servidas, el uso adecuada del agua, y el consumo de energía. En el sector no hay clasificación de basuras lo que representa un problema con los recicladores del sector porque riegan la basura buscando material para reciclar.

En cuanto al uso eficiente del recurso energético es necesario buscar soluciones alternas para reducir el alto costo que esto genera por la actividad del negocio. Pensando en ello, la opción de usar paneles solares es un poco alta la inversión inicial pero en el largo plazo representaría un beneficio.

6. MODULO FINANCIERO

6.1 INVERSIONES

La inversión es el proceso necesario para la constitución de la obra de una empresa, al conocer su terreno, maquinaria y equipo, equipos de oficinas, materia prima, muebles y enseres, gastos administrativos, gastos de ventas entre otros los cuales son necesario para el funcionamiento de la empresa.

Tabla 25. Inversión en obra física

Detalle	cantidad	Costo unitario	Costo total	Vida útil
Planta	1	15.000.000	15.000.000	20 años

Fuente: elaboración propia

Lo anterior nos indica que el valor de la inversión para la empresa HEALTHY GUMMY en el municipio de Cerete es de \$15.000.000

Tabla 26. Inversión maquinaria y equipo

Detalle	cantidad	Costo unitario	Costo total	Vida útil
Caja registradora	1	570.000	570.000	10 años
Maquina cortadora	1	999.700	999.700	10 años
Máquina de empaque	1	1.699.900	1.699.900	10 años
Estufa	1	859.900	859.900	10 años
Nevera Refg. Vert	1	4.300.000	4.300.000	10 años
Total			8.429.500	

Fuente: elaboración propia

La empresa HEALTHY GUMMY busca mantener su proceso de producción adecuadamente establecido con su máquina y equipo que equivale a un valor de \$ 8.429.500.

Tabla 27. Muebles y enseres y equipo de oficina

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Vida útil
Escritorio	3	299.900	899.700	10 años
Sillas ergonómicas	4	458.500	1.834.000	10 años
Mesón acero	2	211.300	422.600	10 años
Exhibidor	1	45.504	45.504	10 años
Estantería	3	649.900	1.949.700	10 años
Computadores	2	1.450.000	2.900.000	10 años
Aire acondicionado	3	1.399.900	4.199.700	10 años
Total			12.251.204	

Fuente: elaboración propia

HEALTHY GUMMY para su inversión en muebles y enseres y equipos de oficina para su funcionamiento necesita \$12.251.204.

Tabla 28. Inversiones intangibles

Detalle	Costo total
Estudio de factibilidad	541.000
Invima	5.000.000
Cámara de Comercio	500.000
Imprevistos	100.00
Total	6.141.000

Fuente: elaboración propia

Para la creación de empresa por requisitos se necesita un permiso que avale que el producto es acto para consumir como es la entidad encargada Invima, y registrarse en la cámara de comercio por lo cual la inversión en activos intangibles es de \$6.141.000.

6.2 COSTOS

Tabla 29. Costo mano de obra

Cargo	Remuneración	Remuneración anual	Prestaciones sociales	Costos total
Mano de obra directa				
Operario (2)	3.000.000	36.000.000	20.113.200	56.113.200
Total mano de obra directa	3.000.000	36.000.000	20.113.200	56.113.200
Mano de obra indirecta				
Servicios generales	828.116	9.937.392	5.552.021	15.489.413
Total mano de obra indirecta	828.116	9.937.392	5.552.021	15.489.413
Total	3.828.116	45.937.392	25.665.221	71.602.613

Fuente: elaboración propia

Lo anterior indica el costo de mano de obra directa e indirecta que como resultado en la mano en la mano de obra directa genera un valor de \$56.313.200 y \$15.489.413 en mano de obra indirecta para su funcionamiento se necesita un total de 71.602.613 en costos.

Tabla 30. Prestaciones sociales

Cesantías	8,33%
Prima	8,33%
Interés sobre cesantías	1%
Vacaciones	4,17%

Total	21,83%
Salud	12 %
Pensión	12%
ARL	1,04%
Total	25,04%
ICBF	3%
Caja de compensación	4%
Sena	2%
Total	9%
Total prestaciones	55,87%

Fuente: elaboración propia

Se plasman las prestaciones sociales que se calculan dentro de la nómina del personal de la empresa HELATHY GUMMY.

Tabla 31. Costo de material directo e indirecto

Material	Unidad de medida	cantidad	Costo unitario	Costo total	Costo anual
Material directo					
Frutas	Kg	25	7.000	175.000	2.100.000
Gelatina sin sabor	Sobre	15	1.000	30.000	360.000
Stevia	Kg	30	5.500	82.500	990.000
Agua purificada	Litro	30	3.000	90.000	1.080.000
Total mat. directo				377.500	4.530.000
Empaques	Unidades	200	1.500	300.000	3.600.000

Moldes	Unidades	30	5.000	150.000	1.800.000
Total mat.				450.000	5.400.000
Indirecto					
Total materiales					9.930.000

Fuente: elaboración propia

Los materiales directos e indirectos son los elementos primarios para la elaboración del producto por lo cual es necesario tener para materiales directos un total de \$ 377.500 y \$450.000 en materiales indirecto que para su funcionamiento se requiere un total de \$855.000 que anualmente equivale a un valor de \$ 9.930.000

Tabla 32. Costos de fabricación (CIF)

	Mes	Año
Servicio de energía	120.000	1.440.000
Internet	75.000	900.000
Agua	25.000	300.000
Gas	20.000	240.000
Plan móviles	56.000	672.000
Total	296.000	3.552.000

Fuente: elaboración propia

Los costos en servicios para la empresa HEALTHY GUMMY tendrían un valor anual de \$3.552.000.

Tabla 33. Total costos indirecto de fabricación

Material indirecto	5.400.000
Mano de obra indirecta	14.992.543
CIF	3.552.000
Total	23.944.543

Fuente: elaboración propia

Los costos indirectos de fabricación se componen en la empresa en material indirecto, mano de obra indirecta y costo de servicio que da un valor de \$23.944.543

Tabla 34. Gastos por depreciación

Activos	Vida útil	Costo del activo	1	2	3	4	5	Valor residual
Activos de producción								
Caja registradora	10	570.000	57.000	57.000	57.000	57.000	57.000	228.000
Maquina cortadora	10	999.700	99.970	99.970	99.970	99.970	99.970	399.880

Máquina de empaque	10	1.699.900	169.990	169.990	169.990	169.990	169.990	679.960
Estufa	10	859.900	85.990	85.990	85.990	85.990	85.990	343.960
Nevera Refg vert	10	4.300.000	430.000	430.000	430.000	430.000	430.000	1.720.000
Total		8.429.500	842.950	842.950	842.950	842.950	842.950	3.371.800

Fuente: elaboración propia

Lo anterior nos indica la depreciación de los gastos de los activos de producción de la empresa HEALTHY GUMMY.

Tabla 35. Depreciación de activos administrativos y ventas

Activos	Vida útil	Costo del activo	1	2	3	4	5	Valor residual
Escritorio	10	899.700	89.970	89.970	89.970	89.970	89.970	449.850
Silla ergonómica	10	1.834.000	183.400	183.400	183.400	183.400	183.400	917.000
Mesón acero inox	10	422.600	42.260	42.260	42.260	42.260	42.260	211.300
Exhibidor	10	45.504	4.550	4.550	4.550	4.550	4.550	22.752
Estantería	10	1.949.700	194.970	194.970	194.970	194.970	194.970	974.850

Computadores	10	2.900.000	290.000	290.000	290.000	290.000	290.000	1.450.000
Aire acondicionado	10	4.199.700	419.970	419.970	419.970	419.970	419.970	2.099.850
Total		12.251.204	1.225.120	1.225.120	1.225.120	1.225.120	1.225.120	6.125.602

Fuente: elaboración propia

Lo anterior nos indica los gastos de depreciación de activos de administración y ventas de la empresa HEALTHY GUMMY

Tabla 36. Amortización de los gastos diferidos

Activos	Plazo amortización	Costo activo	Valor amortización anual				
			1	2	3	4	5
Estudio de factibilidad	5 años	541.000	108.200	108.200	108.200	108.200	108.200
Invima	5 años	5.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Cámara de comercio	5 años	500.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
Imprevistos	5 años	100.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
Total		6.141.000	1.228.200	1.228.200	1.228.200	1.228.200	1.228.200

Fuente: elaboración propia

La tabla anterior nos indica la amortización de los gastos diferidos que se generan durante el plazo de 5 años.

Tabla 37. Remuneración del personal administrativo

Cargo	Remuneración	Remuneración total	Prestaciones sociales	Total
Administrador	1.600.000	19.200.000	10.727.040	29.927.040
Total	1.600.000	19.200.000	10.727.040	29.927.040

Fuente: elaboración propia

La remuneración del personal administrativo es de un total de \$29.927.040 para la empresa.

Tabla 38. Remuneración del personal de ventas

Cargo	Remuneración	Remuneración total	Prestaciones sociales	Total
Vendedor	828.116	9.937.392	5.552.021	15.489.413
Total	828.116	9.937.392	5.552.021	15.489.413

Fuente: elaboración propia

La remuneración del personal de ventas y el área de comercialización del producto es de un total de \$15.489.413 para la empresa.

Tabla 39. Otros gastos administrativos

Salarios	29.927.040
Depreciación	1.225.120
Amortización	1.228.200
Servicios públicos	165.000

Papelería	200.000
varios	100.000
Total	32.845.360

Fuente: elaboración propia

El total de gastos administrativos equivale a \$32.845.360

Tabla 40. Gastos de ventas

Salario	15.489.413
Publicidad	1.200.000
Total	16.689.413

Fuente: elaboración propia

El total de ventas equivale a \$16.689.413

6.2.1 DISTRIBUCIÓN DE COSTOS

Tabla 41. Distribución de costos

Detalle	Costos	Costos fijos	Costos variables
Costo de producción			
Material directo	4.530.000		4.530.000
Mano de obra	56.113.200		56.113.200
CIF	23.944.543	23.944.543	
Subtotal	84.587.743	23.944.543	60.643.200
Gastos de administración			

Salarios	29.927.040	29.927.040	
Depreciación	1.225.120	1.225.120	
Amortización	1.228.200	1.228.200	
Servicios públicos	165.000	165.000	
Papelería	200.000	200.000	
Varios	100.000	100.000	
Subtotal	32.845.360	32.845.360	
Gastos de ventas			
Salarios	15.489.413	15.489.413	
Publicidad	1.200.000	1.200.000	
Subtotal	16.689.413	16.689.413	
Total	134.122.516	73.479.316	60.643.200
%	100%	54,79%	45,21%

Fuente: elaboración propia

En la tabla de distribución de costos tiene un valor de \$134.122.516, la cual se distribuye de la siguiente manera un 54,79% en costos fijos que equivale a \$73.479.316 y un 45,21% en costos variables que equivale a \$60.643.200.

6.3 PUNTO DE EQUILIBRIO

El precio para calcular el punto de equilibrio se determinó por medio del estudio de mercado que se obtiene por un valor de \$4.000

Tabla 42. Punto de equilibrio

Q producción	46.800
Costos fijos totales	73.479.316
Costos variables totales	60.643.200
Precio de venta	4.000
Costo variable unitario	1.296
PE:CFT/(PVU-CVU)	27.174

Fuente: elaboración propia

La anterior se puede observar que para no obtener ni ganancias ni pérdidas la empresa debe tener una producción mínima de 27.174 unidades para mantenerse en el mercado.

6.4 CAPITAL DE TRABAJO

Tabla 43. Inversión del capital de trabajo

Gastos de operación	84.587.743
Gastos administrativos	30.392.040
Gastos de ventas	16.689.413
Costos y gastos operacional anual	131.669.196

Fuente: Elaboración propia

Para los costos y gastos operacionales anuales no se le incluyen la amortización y la depreciación por lo cual la inversión de capital de trabajo es de \$131.669.196

Tabla 44. Costo operación capital de trabajo

Costo operacional año	Días / año	Días/recuperación	Costo operación Día	Costo operación 120 días
131.669.196	360	120	365.748	43.889.732

Fuente: elaboración propia

Lo anterior nos indica que la empresa tiene previsto en el costo operacional de 120 días que asciende a los \$43.889.732.

Tabla 45. Proyección del capital de trabajo

43.889.732	8,50%	3.730.627
47.620.359	8,50%	4.047.731
51.668.090	8,50%	4.391.788
56.059.877	8,50%	4.765.090
60.824.967	8,50%	5.170.122

Fuente: elaboración propia

La anterior nos indica que la proyección de los 5 años del capital de trabajo es de 8,5%

Tabla 46. Inversión capital de trabajo

Detalle	0	1	2	3	4
Capital de trabajo	43.889.732	3.730.627	4.047.731	4.391.788	4.765.090
Total	43.889.732	3.730.627	4.047.731	4.391.788	4.765.090

Fuente: elaboración propia

La anterior tabla nos indica las proyecciones del capital de trabajo en los 5 años

6.5 FLUJO NETO DE OPERACIONES

Tabla 47. Inversión fija del proyecto

Concepto	0	1	2	3	4	5
Activos fijos						
Obras física	15.000.000					
Maquinaria y equipo	8.429.500					
Mueble ense. Y equipo ofi.	12.251.204					
Subtotal	35.680.704					
Activos diferidos						
Gastos preoperatorios	6.141.000					
Subtotal	6.141.000					
Total inversión fija	41.821.704					

Fuente: elaboración propia

La anterior nos indica que el valor de la inversión fija del año asciende a \$41.821.704

Tabla 48. Valor residual de activos a término del periodo

	1	2	3	4	5
Activos producción					3.371.800
Activos administración					6.125.602
Subtotal					9.497.402
Capital de trabajo					43.889.732
Total valor residual					53.387.134

Fuente: elaboración propia

La anterior tabla nos indica que el valor residual de los activos en 5 años será de \$53.387.134

Tabla 49. Flujo neto de inversión

Detalle	0	1	2	3	4	5
Inversión fija	-41.821.704					
Capital de trabajo	-43.889.732	-3.370.627	-4.047.731	-4.391.788	-4.765.090	
Valor residual						53.387.134
Flujo neto de inversión	-85.711.436	-3.370.627	-4.047.731	-4.391.788	-4.765.090	53.387.174

Fuente: elaboración propia

La anterior tabla nos indica el flujo neto de la inversión que se genera durante los 5 años en la empresa.

6.6 PROYECCIONES FINANCIERAS

Tabla 50. Presupuesto de ventas

Detalle	Cantidad / unidades	Valor unitario	Valor total
Gomitas	46.800	4.000	187.200.000

Fuente: elaboración propia

Como se mencionaba anteriormente el precio de venta se escoge por el estudio de mercado con un valor \$4.000 lo cual se multiplica por el número de unidades generando un valor de \$187.200.000

Tabla 51. Ventas proyectadas

Detalle/años	1	2	3	4	5
Gomitas	187.200.000	202.947.494	220.019.686	238.528.011	258.593.280
	187.200.000	202.947.494	220.019.686	238.528.011	258.593.280

Fuente: elaboración propia

La tabla anterior nos presenta las ventas proyectadas durante los 5 años

Tabla 52. Presupuesto de costo operacionales

Detalle/ años	1	2	3	4	5
Costo de producción	84.587.743	91.777.701	99.578.806	108.043.004	117.226.660
Gastos de administración	32.845.360	35.637.216	38.666.379	41.953.022	45.519.028
Gasto de venta	16.689.413	18.108.013	19.647.194	21.317.206	23.129.168
Total costos operacional	134.122.516	145.522.930	157.892.379	171.313.232	185.874.856

Fuente: elaboración propia

La anterior nos indica las proyecciones de los costos operacionales durante los 5 años

6.7 FLUJO NETO DE OPERACIÓN

Tabla 53. Flujo neto de operaciones

Concepto	1	2	3	4	5
Total ingresos	187.200.000	202.947.494	220.019.686	238.528.011	258.593.280
Total costos y gastos operacionales	134.122.516	145.522.930	157.892.379	171.313.232	185.874.856
Utilidad operacional	53.077.484	57.424.563	62.127.306	67.214.779	72.718.424
Menos impuesto	18.577.119	20.098.597	21.744.557	23.525.173	25.451.448
Utilidad neta	34.500.364	37.325.966	40.382.749	43.689.607	50.200.790
Mas depreciación	1.225.120	1.225.120	1.225.120	1.225.120	1.225.120
Mas amortización	1.228.200	1.228.200	1.228.200	1.228.200	1.228.200
Flujo neto de operación	36.953.685	39.779.287	42.836.069	46.142.927	49.720.296

Fuente: elaboración propia

La anterior tabla nos indica el flujo neto de operaciones durante los 5 años en la empresa.

6.8 FLUJO NETO DEL PROYECTO

Tabla 54. Flujo neto del proyecto

Flujo neto de inversión	-85.711.436	-3.730.627	-4.047.731	-4.391.788	-4.765.090	53.387.134
Flujo neto de operación		36.953.685	39.779.287	42.836.069	46.142.927	49.720.296
Flujo financiero neto del proyecto	-85.711.436	33.223.058	35.731.556	38.444.281	41.377.837	103.107.430
	-85.711.436	33.223.058	35.731.556	38.444.281	41.377.837	103.107.430

Fuente: elaboración propia

La anterior tabla nos indica que el flujo neto proyectado es de \$85.711.436, y las proyecciones del flujo neto proyectado provienen de la suma del flujo neto de inversión y flujo neto de operación durante los 5 años

7. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1 VPN

Tabla 57. Valor presente neto

0,17	-85.711.436
	33.223.058
	35.731.556
	38.444.281
	41.377.837
	103.107.430
VNP	61.899.936

Fuente: elaboración propia

El valor VPN del proyecto es de \$61.899.936 el resultado indica que el valor obtendría una riqueza adicional por encima de la se obtendría al invertir en una alternativa de inversión que genere un 17% de rentabilidad.

6.2 TIR

Tabla 58. Tasa interna del Retorno (Calculo).

-58.711.436	
33.223.058	
35.731.556	
38.444.281	
41.377.837	
103.107.430	
TIR	40%

Fuente: elaboración propia

El resultado indica que los dineros invertidos en el proyecto tiene una rentabilidad del 40% mayor que la tasa de oportunidades, lo cual indica que el proyecto es factible financieramente.

6.3 R B/C

Tabla 59. Relación beneficio Costo

	33.233.058
	35.731.556
	38.444.281
	41.377.837
	103.107.430
	251.884.162 85.711.436
R B/C	3

Fuente: elaboración propia

El resultado indica que por cada peso invertido en el proyecto se obtiene un ingreso de \$3 por encima que genera la alternativa del 17%, siendo atractiva para el inversionista.

CONCLUSIONES

Para conocer la viabilidad del proyecto, se realiza el estudio de mercado en la ciudad de Montería donde se segmenta entre las edades de 2 a 40 años, al cual da conocer el producto por medio de encuestas a los habitantes, el producto es 100% endulzado con Stevia, un endulzante natural que no afecta al organismo y apto para consumir los niños, diabéticos y demás.

Además nos permitió identificar la demanda insatisfecha por medio de la oferta y la demanda existente.

La ubicación geográfica de la empresa se determina analizando factores de macrolocalización y microlocalización de algunas zonas del departamento de Córdoba donde se estableció ubicar la empresa HEALTHY GUMMY en Cerete en el barrio el Cañito.

Para conocer la naturaleza jurídica de la empresa se establece por el estudio administrativo donde se identifica la Misión, Visión, organigrama, reglamento interno del trabajo y funciones de los trabajadores. También permite identificar el producto, debido a su logotipo y Slogan

A través del estudio financiero se identifica las proyecciones de las inversiones, costos, gastos, la determinación de las ventas y los ingresos que sostiene la empresa durante los 5 años.

Financieramente el proyecto es viable debido a que el VPN es \$61.899.936, TIR es 40%, y una relación costo beneficio es \$3.

RECOMENDACIONES

- Posesionarse al mercado objeto como los niños y diabéticos un producto que no afecta la salud por ende llevarse a cabo el proyecto.
- Capacitar las personas a la producción del producto, su forma, sabor, contextura, molde entre otras.
- Ampliar la gama de productos de la empresa y que su materia prima sea la esencial y fluya entre los demás.
- Programar el manejo de residuos líquidos y sólidos generados en el proceso de preparación del producto de acuerdo a los requerimientos del cliente requiere de planes de contingencia para la separación adecuada de los residuos sólidos provenientes de la actividad comercial.
- Realizar encuestas periódicamente para conocer el nivel de satisfacción del producto en la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

Cordoba, G. d. (05 de septiembre de 2015). *Geografía Colombiana*. Obtenido de <http://www.codoba.gov.co/cordoba/geografia.html>

Cordoba, G. d. (07 de junio de 2015). *Geografía de Cordoba*. Obtenido de <http://www.codoba.gov.co/cordoba/geografia.html>

Cordoba, G. D. (s.f.). *Geografía de Cordoba*. Obtenido de <http://www.cordoba.gov.co>

DANE. (05 de septiembre de 2015). *Demografía y población*. Obtenido de <http://www.dane.gov.co>

diabetes, A. c. (2011). *diabetes control y prevencion* . Bogota. Obtenido de <https://www.asodiabetes.org/>

Italo, C. (octubre de 2019). *historia de la empresa Italo*. Obtenido de www.comestiblesitalo.com

Monteria. (20 de septiembre de 2019). *Poblacion Monteria*. Obtenido de <http://poblacion.population.city/colombia/monteria/>

Plata, L. G. (2009). *SAS es el tipo de sociedad mas usado en Colombia*. Bogota. Obtenido de <http://www.dinero.com/empresas/articulo/empresa-sas-en-colombia-que-tipo-de-sociedades-de-empresa-debo-elegir/84554>

Salud, O. M. (2012). *Diabetes* . Mexico. Obtenido de <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs312/es/>

Taboada, M. V. (2015). *Plan de seguridad alimentaria y nutricional del municipio de Monteria*. Monteria: Alcaldia de Monteria. Obtenido de <http://www.monteria.gov.co>

García, A. V. (2015). *¿Que es la stevia, el nuevo y beneficioso endulsante que causa furor?* Chile: ABC Sociedades. Obtenido de <http://www.abc.es/siciedad/20150504/abci-stevia-endulcorante-natural-20150427003>

Italo, C. (octubre de 2019). *historia de la empresa Italo*. Obtenido de www.comestiblesitalo.com

ko, V. L. (2015). *La Stevia y su papel en la salud*. USA: Atlanta GA .Obtenido de <http://docplayer.es/23508532-i-informe-cientifico-lz-steviz-y-sus-papel-en-la-salud.html>

Monteria. (20 de septiembre de 2019). *Poblacion Monteria*. Obtenido de <http://poblacion.population.city/colombia/monteria/>

Naturaleza. (15 de Diciembre de 2015). *Los dulces beneficios de la stevia y sus propiedades*. Obtenido de <https://www.ecoticias.com/naturaleza/27352/Los-dulces-beneficio-de-la-Stevia-y-sus-propiedades>

Plata, L. G. (2009). *SAS es el tipo de sociedad mas usado en Colombia*. Bogota.

Salud, O. M. (2012). *Diabetes* . Mexico.

Taboada, M. V. (2015). *Plan de seguridad alimentaria y nutricional del municipio de Monteria*. Monteria: Alcaldia de Monteria.

ANEXOS



Caja Registradora
Alfanumerica Termica
Casio Pcr T280

\$ 570.000

36x \$ 15.833

Envío gratis



Nuevo

Estantería En Metal Y
Madera Gris De
176x150x60 Cm

\$ 649.900



Usado

Exhibidor Repisa
Mueble Madera
Enterizo Organizador

\$ 45.504

[Ir al listado](#)



4 Fotos

Usado

Vertical De Conservación 2 Puertas

\$ 4.300.000



6 Fotos

49 vendidos

Estufa De Piso Mabe A Gas De 24 Horno Grill Ingenious606cx6

por [Mabe](#)

★★★★★ 3 opiniones

~~\$ 1.094.900~~

\$ 859.900 21% OFF



3 Fotos

Aire Acondicionado Electrolux Easx12a2rseqw 12000 Btus

por [Fantasia Electronica](#)

\$ 1.399.900



6 Fotos

Nuevo

Computador Pc Gamer Core I5· 4gb· 1tb· Led 20 · Gtía 3 Años

\$ 1.450.000



Nuevo - 59 vendidos

Silla Akivoy Gerencial Entrega 28 De Agosto

★★★★★ 1 opinión

\$ 159.900



2 vendidos

Escritorio Extensible Color Wengue Neo Maderkit M00484-prm

por [Maderkit](#)

~~\$ 379.900~~
\$ 299.900 21% OFF



Nuevo - 1 vendido

Selladora Bolsas Banda Continua Pintada.

\$ 1.699.900



Nuevo - 3 vendidos

Maquina Cortadora De Tela Industrial 8 Pulgadas Empresas

\$ 999.700